CUỐN TIỂU THUYẾT GÂY NHIỀU TRANH CÃI
VỀ THẾ GIỚI QUẢNG CÁO





Bookaholic CLUB







99 PHỜ - RĂNG

Frédéric Beigbeder

Making Ebook Project
BOOKAHOLIC CLUB




Bookaholic
Making Ebook Project
CLUB

Tác phẩm: **99 PHỜ - RĂNG**
Tác giả: **Frédéric Beigbeder**
Nguyên tác: *99 Francs*
Dịch giả: Vũ Quang, Nhật An
Nhà xuất bản: Văn Nghệ TP.HCM
Năm xuất bản: 2008
Số trang: 332
Khổ sách: 13 x 19 cm
Giá bìa: 55.000 đồng
Đánh máy: Bách Khoa, Thành Tài, Kim Ngân, Hoàng Thảo, Hồng Sơn
Kiểm tra: Thu Hoài
Chế bản ebook: Thảo Đoàn
Ngày thực hiện: 04/12/2011
Making Ebook Project #207 – www.BookaholicClub.com

MỤC LỤC

GIỚI THIỆU TÁC GIẢ

Lời giới thiệu

Khi cả một cuộc đời giá chỉ có 99 Phờ-răng

I. Tôi

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

II. Mày

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

III. Hắn
1.
2.
3.
4.
5.
6.

IV. Chúng tôi
1.
3.
4.
5.
6.
7.

V. Chúng mày
1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.

VI. Họ

1.

2.

3.

4.

5.

6.

Bạn đang cầm trên tay cuốn tiểu thuyết gây nhiều tranh cãi về thế giới quảng cáo, thế giới của những câu slogan ấn tượng, những clip quảng cáo gây nhiều tranh cãi, những con người thông minh, sáng tạo với mức lương ngất ngưởng. Nhưng, phía sau cái ánh hào quang giả tạo đó là những trăn trở, dằn vặt, là sự sám hối của nhân vật, một chuyên gia quảng cáo thành đạt nhưng nổi loạn trong tâm hồn, một mẫu người trẻ sành điệu, trí tuệ nhưng bế tắc. Cô đơn trong cuộc sống, tình yêu và đặc biệt ác cảm với chính nghề nghiệp của mình - một nghề đầy uy lực, ma thuật nhưng lại rất trơ trẽn, bịp bợm.

“99 phờ-răng” là một cuốn sách châm biếm, mỉa mai ngành công nghiệp quảng cáo, trong đó tác giả bộc lộ cái nhìn không khoan nhượng về thế giới điên cuồng và đầy nghịch lý, nơi tất cả mọi người khinh bỉ nhau và tiêu phí những giá trị tốt đẹp của con người. “99 frăng” là cái tát đối với xã hội phương Tây hiện đại, là sự giễu cợt xã hội tiêu thụ với một trong những cái lò xo chính của nó là quảng cáo.

“99 phờ-răng” đã được đạo diễn Jan Kounen dựng thành phim và chỉ trong mấy tháng từ khi công chiếu ở châu Âu ngày 26/9/2007, bộ phim đã thu được 12 triệu đô la tiền bán vé.

Frederic Beigbeder viết “99 phờ-răng” như thể để trả thù những năm tháng dối lừa mà anh đã cống hiến cho xã hội tiêu thụ. Năm 2000, sau khi “99 phờ-răng” được xuất bản lần đầu tiên tại Pháp và trở thành cuốn sách bán chạy nhất trong năm, Frederic Beigbeder đã buộc phải giã từ nghề quảng cáo để rồi dấn thân vào một nghề đầy thú vị nhưng cũng đầy thách thức: viết tiểu thuyết. Anh là tác giả của nhiều cuốn sách bán chạy tại Pháp và châu Âu như “Kỳ nghỉ trong hôn mê”, “Tình yêu chỉ sống ba năm” hay “Cửa sổ trên tháp đôi”.

GIỚI THIỆU TÁC GIẢ



Sinh năm 1965 trong một gia đình khá giả, **Frédéric Beigbeder** theo học tại hai trường trung học nổi tiếng rồi vào Học viện nghiên cứu chính trị Paris, tiếp đó là Trường nghiên cứu khoa học thông tin và truyền thông.

Năm 24 tuổi, **Frédéric** tốt nghiệp với tấm bằng cao học về marketing - quảng cáo và bắt đầu sự nghiệp khá lừng lẫy của một người đa tài: làm quảng cáo, nhà văn, phê bình văn học, làm chương trình thời luận...

Frédéric Beigbeder đã từng làm cho nhiều tạp chí như *Elle, Paris Match, Voici, VSD*... và làm trong nhóm phê bình văn học cho một số chương trình trên kênh Paris Première, Canal +, sau đó anh làm riêng chương trình *Des livres et moi* (*Sách và tôi*) trên kênh Paris Première.

Frédéric Beigbeder cũng từng là biên tập viên cho nhà xuất bản Flammarion.

Là một người đam mê văn học thực sự, song song với những công việc trên, **Frédéric Beigbeder** không từ bỏ việc viết sách. Năm 1990, anh xuất bản tiểu thuyết đầu tay *Mémoire d'un jeune homme dérangé* (*Hồi ký của một thanh niên bị quấy rầy*). Năm 1994, tiểu thuyết thứ hai ra đời *Vacances dans le coma* (*Kỳ nghỉ trong cơn hôn mê*) và tiếp theo vào năm 1997 là *Tình yêu kéo dài ba năm*, kết thúc bộ ba tiểu thuyết về Marc Marronnier.

Tiếp sau đó, các tiểu thuyết của **Frédéric Beigbeder** đều giành được thành công vang dội như *99 francs* - bán được 380 000 bản, được chuyển thể thành phim; hay *Windows on the world* - bán được 100 000 bản, giành giải Prix Interallié, bản dịch tiếng Anh được nhận giải Independent Foreign Fiction Award.

Ngoài tiểu thuyết, anh còn viết truyện ngắn, tiểu luận, truyện tranh. **Frédéric Beigbeder** là người sáng lập ra giải thưởng Prix de Flore vào năm 1994, giải thưởng này đã từng vinh danh những cây bút nổi tiếng như Michel Houellebecq, Amélie Nothomb, Virginie Despentes,...

Năm 2009, **Frédéric Beigbeder** giành Giải Renaudot với cuốn tiểu thuyết *Un roman françai*.

Lời giới thiệu

Khi cả một cuộc đời giá chỉ có 99 Phờ-răng

Tại sao lại là *“99 Phờ-răng”*? 99 phờ-răng là giá tiền của cuốn sách bán trong các cửa hàng ở Pháp và sau khi Liên minh châu Âu dùng đồng tiền chung thì tên cuốn sách được đổi thành 14,99 euro. Trong “99 Phờ-răng” là một cuộc đời, cuộc đời của Octave - nhân vật chính và được coi là hình bóng của chính tác giả Frederic Beigbeder.

“99 Phờ-răng” là cuốn tiểu thuyết viết về thế giới quảng cáo – thế giới mà chúng ta đang sống trong đó, thế giới của những câu slogan ấn tượng, những clip quảng cáo gây nhiều tranh cãi, thế giới của những con người thông minh, sáng tạo với mức lương cao chót vót. Nhưng đằng sau thế giới đầy hào quang đó là những trăn trở, dằn vặt, là sự sám hối của một chuyên gia quảng cáo thành đạt nhưng bất ổn trong tâm hồn. Octave là một mẫu người trẻ tuổi sành điệu nhưng bế tắc, cô đơn trong cuộc sống, tình yêu và đặc biệt ác cảm với chính nghề nghiệp của mình - một nghề đầy uy lực, ma thuật nhưng lại rất trơ trẽn, bịp bợm.

Trong con người Octave là sự giằng xé giữa hai mặt của nghề, với một bên là ánh hào quang, các giải thưởng, sự thăng tiến và một bên là sự cắn rứt của lương tâm trước sự giả dối, khắc nghiệt và tàn nhẫn của nghề quảng cáo. Octave cảm thấy day dứt vì đã gia nhập vào đội quân những kẻ dối lừa người tiêu dùng. Anh ta nhận thức rất rõ rằng, “quảng cáo như con bạch tuộc bám chặt tất cả và sở hữu thế giới. Khởi đầu như trò đùa, giờ đây quảng cáo điều khiển cuộc sống của chúng ta: quảng

cáo tài trợ cho truyền hình, chỉ huy báo chí, ra lệnh cho thể thao (không phải Pháp hòa Brazin ở trận chung kết World Cup mà là Adidas thắng Nike!)" Hàng năm đầu tư quảng cáo trên thế giới đạt mức nhiều tỷ đô la. "Và có thể cam đoan rằng, với khoản tiền như thế thì mọi thứ đều có thể đem bán được hết - đặc biệt là linh hồn của bạn." Octave mệt mỏi trong cái trạng thái bất ổn đó và luôn tự đặt cho mình câu hỏi: "Vì cái gì mà người ta lại biến tôi thành Vị Chúa tể Thế gian? Đã từ lâu, tôi muốn nhận rõ bí mật: bằng cách nào mà quảng cáo lại trở thành là Chúa tể và trị vì trên đỉnh cao của thời đại chúng ta? Chưa bao giờ trong lịch sử hai nghìn năm nay, một kẻ đần độn như tôi lại có được sức mạnh như vậy."

Octave là đại diện cho một lớp người trẻ tuổi, thông minh, thành đạt nhưng đã mất hết niềm tin vào cuộc sống, vào tình yêu để rồi đắm mình vào thế giới của ma túy và thác loạn, để rồi đau đớn nhận ra rằng mình đang vô cùng cô độc. Thế giới của những công dân cổ cồn trắng như Octave gắn với những trò ăn chơi thác loạn trong nhà thổ, nơi chỉ có đám gái làng chơi dâm dật "mới có thể đánh thức chức năng đàn ông" trong con người anh ta, bởi anh ta không tin vào tình yêu mà mình từng có. Đó cũng là thế giới của những gã đồng nghiệp khệnh khạng, suốt ngày dán mắt vào màn hình vi tinh chỉ để tải các bộ phim khiêu dâm, thế giới của những quý bà giám đốc béo ú như khúc giò và một đám nhân viên sáng tạo đang ra sức cười hô hô với khát khao được trông giống như các chuyên gia sáng tạo thực thụ". Octave muốn thoát ra khỏi cái thế giới trơ trẽn đó và mong ước được cấp trên sa thải. Và cũng chính vì mục đích đó mà anh ta đã phơi bày hết chuyện bếp núc của quảng cáo. "99 Phờ-răng" là một cuốn sách châm biếm, mỉa mai ngành công nghiệp quảng cáo, trong đó tác giả bộc lộ cái nhìn không khoan nhượng về thế giới điên cuồng và đầy nghịch lý, nơi tất cả mọi người khinh bỉ nhau và tiêu phí những giá trị tốt đẹp của con người. *"99 Phờ-răng"* là cái tát đối với xã hội phương Tây hiện đại, là sự giễu cợt xã hội tiêu thụ với một trong những cái lò xo chính của nó là quảng cáo.

Frederic Beigbeder viết *"99 Phờ-răng"* như thể để trả thù những năm tháng dối lừa mà anh đã cống hiến cho xã hội tiêu dùng. Năm 2000, sau khi *"99 Phờ-răng"* được xuất bản lần đầu tiên tại Pháp và trở thành cuốn sách bán chạy nhất trong năm, Frederic Beigbeder đã buộc phải giã từ nghề quảng cáo để rồi dấn thân vào một nghề đầy thú vị nhưng cũng đầy thách thức: viết tiểu thuyết. Anh là tác giả của nhiều cuốn sách bán chạy tại Pháp và châu Âu như *"Kỳ nghỉ trong hôn mê"*, *"Tình yêu chỉ sống ba năm"* hay *"Cửa sổ trên tháp đôi"*.

"99 Phờ-răng" đã được đạo diễn Jan Kounen dựng thành phim và chỉ trong mấy tháng từ khi công chiếu ở châu Âu ngày 26/9/2007, bộ phim đã thu được 12 triệu đô la tiền bán vé.

Xin trân trọng giới thiệu cuốn sách thú vị này tới tất cả những ai muốn khám phá mặt trái của xã hội phương Tây, khám phá mặt trái của nghề quảng cáo - một nghề đang thịnh hành và đang là sự lựa chọn của nhiều bạn trẻ hiện nay. Hy vọng rằng, *"99 Phờ-răng"* sẽ làm bạn đọc hài lòng khi khám phá ra nhiều điều thú vị về cái thế giới kín cổng cao tường đó.

TP. Hồ Chí Minh, tháng 12/2007

PHAN AN

I. Tôi

"Cái mà chúng ta không thể thay đổi thì ít nhất cũng phải lột tả nó"

Rainer Werner Fassbinder

1.

Tất cả chỉ là tạm thời: tình yêu, nghệ thuật, hành tinh Trái Đất, bạn và tôi. Cái chết cũng là điều hiển nhiên không tránh khỏi và nó sẽ bất thình lình tóm lấy tất cả chúng ta. Làm sao biết được liệu ngày hôm nay có phải là ngày cuối cùng? Bạn cứ ngỡ rằng mình có vô khối thì giờ phía trước. Thế rồi, bỗng dưng bạn chết đuối, chấm hết khoảng thời gian đã được lặp thành lịch. Cái chết là cuộc hẹn duy nhất không được ghi vào cuốn lịch của bạn.

Tất cả đều có thể được mang ra mua bán: tình yêu, nghệ thuật, hành tinh Trái Đất, bạn và tôi. Tôi viết cuốn sách này cốt để cấp trên sa thải. Bởi nếu như tự nguyện xin thôi việc thì tôi lại không được hưởng bất cứ một khoản trợ cấp nào. Vì thế nên tôi buộc phải cưa đứt cái cành cây - nơi mà sự bình yên may mắn của tôi đang an ngự. Sự tự do của tôi có tên gọi là bảo hiểm thất nghiệp. Tôi muốn được tống khứ ra khỏi công ty hơn là ra khỏi cuộc sống, VÌ TÔI SỢ. Xung quanh tôi, đồng nghiệp chết như ruồi: đột tử trong bể bơi vì quá lạnh, cocain quá liều dưới hình thức nhồi máu cơ tim, tử nạn vì máy bay riêng nổ tung, lật xe hơi. Ví như đêm qua, tôi mơ thấy mình chết đuối. Tôi nhìn thấy mình chìm xuống đáy, vuốt ve mơn trớn những con cá đuối chúa, phổi õng nước. Đằng xa, trên bãi biển, một mệnh phụ kiều diễm gọi tôi. Tôi không thể trả lời vì miệng ngậm đầy nước mặn. Tôi chết đuối - nhưng không kêu cứu. Tất cả mọi người rơi xuống biển cũng giống hệt tôi. Dân bơi lội

đầu chết chìm dưới đáy nước mà không kêu cứu. Tôi nghĩ rằng, mình phải lìa bỏ hết từ lâu vì không sao ngoi được lên mặt nước.

Tất cả đều là tạm thời và đều là thứ để bán mua. Con người là một thứ hàng hóa như những thứ khác với hạn sử dụng nhất định. Đó là lý do vì sao tôi quyết định về hưu ở độ tuổi 33. Dường như, đấy là độ tuổi lý tưởng để phục sinh.

2.

Tôi tên là Octave, diện quần áo hiệu APC. Tôi là nhân viên quảng cáo. Vâng, chính tôi gây ô nhiễm cho môi trường, là kẻ bán mọi thứ rác rưởi cho các bạn. Là kẻ khiến bạn mộng mơ về những thứ mình chẳng bao giờ có: bầu trời trong xanh vĩnh cửu, những cô nàng mãi mãi xinh tươi quyến rũ, hạnh phúc hoàn hảo được tút sửa trong chương trình Photoshop. Những hình ảnh liếm láp, âm nhạc thời thượng. Nhưng khi bạn thắt lưng buộc bụng, tiết kiệm tiền bạc để tậu cho mình chiếc xe hơi - mục tiêu tối cao của bạn, thì đối với tôi, chiếc xe này đã đề mốt từ thuở nào. Tôi vượt xa các bạn về mặt sành điệu, nhưng hãy tin rằng tôi cũng biết cách làm cho các bạn nhanh chóng cụt hứng. Glamour[1] là ngày hội dành cho kẻ khác chứ không phải dành cho bạn. Tôi đem ma túy dưới cái tên "hàng mới" đến cho bạn, và tất cả mỹ miều của thứ hàng mới này chính là nó ngay lập tức không còn giữ nguyên trạng. Bởi luôn có một mặt hàng mới hơn xuất hiện khiến cho mặt hàng trước đó cũ đi, làm cho bạn thường xuyên thèm muốn, khát khao - đó là mục đích cao cả của tôi. Trong nghề của tôi, chẳng ai mong bạn hạnh phúc. Bởi những kẻ hạnh phúc không có nhu cầu tiêu thụ.

Sự đau khổ của bạn chính là liều thuốc kích thích cho thương mại tiêu dùng. Trong tiếng lóng của dân quảng cáo chúng tôi, nó được gọi là "nỗi buồn thời hậu mãi". Bạn cần một sản phẩm nào đó, nhưng khi có nó rồi thì bạn lại muốn sở hữu một sản phẩm khác, chủ nghĩa hưởng

lạc không phải là một chủ nghĩa nhân văn mà là cash-flow. Bạn có biết phương châm của nó là gì không? “Tôi chi tiền, vậy nên tôi tồn tại.” Nhưng để làm nảy sinh nhu cầu mua sắm trong bản thân con người thì cần phải nhen nhóm trong lòng anh ta sự đố kị, nỗi đau, lòng tham - những thứ đó chính là đạn dược của tôi. Và mục tiêu để cho tôi bắn chính là bạn.

Tôi sống trên đời này là để lừa dối bạn, và vì thế mà người ta ban thưởng hậu hĩnh cho tôi. Tôi kiếm được 13.000 euro, chưa kể tiền tiếp khách, chi phí công cán, cổ phiếu và golden parachute. Đồng euro được sáng chế riêng cốt cho mức lương cao chót vót của đám nhà giàu giảm bớt độ chướng tai gai mắt đi sáu lần. Bạn biết có bao nhiêu gã kiếm được 13 nghìn euro ở độ tuổi tôi? Tôi sơn phết não bạn, và người ta trả công cho tôi bằng cách cấp cho con xe Mercedes SLK mới toanh (với mui tự động gấp gọn trong cốp xe), con BMW Z3 hay con Porsche Boxter hoặc con Mazda MX5. (Bản thân tôi thì thích con xe BMW Z3 mui trần kết hợp thẩm mỹ khí động học của khung xe với lực nhờ 6 xi lanh đơn tuyến 231 sức ngựa cho phép vận tốc vọt lên 100 km/giờ trong 5,4 giây. Hơn nữa, con xe này giống như một thùng thuốc đạn khổng lồ, và để gây ô nhiễm Trái Đất thì nó tỏ ra tiện dụng đấy).

Tôi chèn logo của mình vào các bộ phim truyền hình của bạn và bởi thế, người ta chi tiền cho tôi đi nghỉ phép ở Saint Barth, Lamu, Phukhet, hay Lascabanes (Quercy). Tôi nhét đầy slogan quảng cáo vào các tờ tạp chí bạn ưa thích và nhận lại món quà thưởng là trang trại ở vùng Provence, lâu đài ở Perigourd, biệt thự ở đảo Corse, nông trại ở Ardèche, cung điện ở Maroc, chiếc thuyền buồm Catamaran ở quần đảo Antilles hay một du thuyền ở Saint Tropez. Tôi hiện diện khắp nơi. Và bạn sẽ không thoát khỏi được tôi đâu. Bạn để mắt vào đâu là quảng cáo của tôi ngự trị ở đó. Tôi không cho phép bạn buồn chán. Tôi quấy rầy dòng suy nghĩ của bạn. Chủ nghĩa khủng bố mang tên “sản phẩm mới” giúp tôi bán cho bạn sự trống rỗng. Hãy thử hỏi bất cứ tay vận động viên lướt sóng nào để thấy rằng, nếu muốn đứng được trên mặt nước, bạn cần phải có một khoảng lõm bên dưới. Lướt sóng là trượt

trên bức vách dựng đứng của một hố vực khổng lồ (những cư dân cuồng nhiệt của mạng Internet cũng như các nhà vô địch ở Lacanau hiểu biết rõ điều này). Tôi ấn định cho những gì được gọi là Chân, Thiện, Mỹ. Tôi là kẻ chọn lựa các em người mẫu mà sáu tháng sau hẳn bạn vẫn sẽ còn nhớ mãi. Vâng, vâng, bạn gọi họ là top-models, các cô gái trẻ trung của tôi sẽ khiến cho bất kỳ phụ nữ nào trên 14 tuổi cảm thấy bị tổn thương. Bạn sẽ tôn thờ, sùng kính các cô gái mà tôi đã lựa chọn. Mốt mùa đông này là vú nhô cao hơn vai, mông phẳng. Tôi càng dũng cảm chơi trò chơi với tiềm thức của bạn, bạn càng vâng lời tôi. Nếu tôi lăng xê một loại sữa chua nào đó bằng những dải băng rôn trên các bức tường thành phố, tôi dám chắc rằng bạn sẽ mua nó. Bạn tưởng bạn là người tự do trong những lựa chọn của mình, nhưng chẳng chóng thì chầy, vào một ngày đẹp trời, bạn liếc nhìn sản phẩm của tôi trên kệ hàng siêu thị và sẽ mua nó - đơn giản là để nhấm nháp hương vị; tôi biết rõ công việc của mình mà, cứ tin tôi đi.

Hừmmmm, còn gì thú vị hơn là được nhập vào bộ não của bạn! Còn gì ngọt ngào hơn là được sở hữu bán cầu phải của bạn! Mong muốn của bạn sẽ không còn thuộc về bạn nữa - bởi chính tôi đang áp đặt mong muốn của tôi cho bạn. Tôi không cho phép bạn mong muốn linh tinh. Mong muốn của bạn phải là kết quả của những vụ đầu tư trị giá hàng tỉ euro. Hôm nay tôi là kẻ quyết định về cái mà ngày mai bạn mong muốn.

Tất cả những điều này có thể không gợi ra thiện cảm nơi bạn đối với tôi. Nói chung, khi bắt đầu viết một cuốn sách, bất cứ tác giả nào cũng cần phải cố làm cho nó hấp dẫn, nhưng tôi không muốn che đậy sự thật: tôi không phải là thằng kể chuyện tử tế. Chính xác hơn, tôi là kẻ súc sinh đê tiện, tới đâu thối tha đấy. Tốt hơn hết là bạn nên căm ghét tôi trước khi căm ghét cái thời đại đã tạo ra tôi.

Nhưng, điều đáng ngạc nhiên nhất là, tất cả những kẻ xung quanh đang coi chuyện này là bình thường! Này bạn, tôi đang cảm thấy ghê tởm vì bạn - tên nô lệ đáng thương đang phục tùng một cách cam chịu

mọi bốc đồng nhỏ nhặt của tôi! Vì cớ gì mà bạn lại biến tôi thành Vị Chúa tể Thế gian? Đã từ lâu, tôi muốn nhận diện rõ bí mật này: bằng cách nào mà quảng cáo lại được mệnh danh là Chúa tể và trị vì trên đỉnh cao của thời đại chúng ta? Chưa bao giờ trong lịch sử hai nghìn năm nay, một kẻ đê tiện như tôi lại có được sự mạnh mẽ đến như vậy.

Tôi chỉ ước sao lìa bỏ được tất mọi thứ, biến khỏi cái chốn này với thứ hàng trắng cũng vài em gái điếm, chuồn đến một hoang đảo nào đó. Nhưng không, vì chẳng có gan tự xin thôi việc cho nên tôi viết cuốn sách này. Người ta sẽ tống khứ tôi đồng thời cho phép tôi trốn khỏi chiếc lồng son này. Tôi là kẻ chẳng ích lợi gì, và xin hãy rủ lòng thương ngăn tôi lại! Hãy ném vào cái mặt mo của tôi trăm đồng bồi thường là tôi biến khỏi đây vĩnh viễn, thề đấy! Không lẽ tôi là kẻ có lỗi khi loài người quyết định thay thế Đức chúa Trời bằng hàng hóa tiêu dùng sao?

Bạn có biết vì sao tôi lại cười mỉa không? Vì một khi việc xuất bản cuốn sách này có kết quả tốt, tôi sẽ lại được tăng lương thay vì bị tống cổ. Bởi vì trong cái thế giới mà tôi sắp lột tả cho bạn đây, bất cứ sự chỉ trích, phê bình nào cũng được tiêu hóa, sự xấc xược được cổ vũ, tố giác được thù lao, đả kích được xếp đặt, tổ chức. Sắp tới, chúng ta còn sẽ được trao giải Nobel về sự khiêu khích "hay" nhất trên thế giới mà tôi sẽ là một ứng cử viên đầu tiên. Nổi loạn được coi là một phần của cuộc chơi. Các chế độ độc tài xưa kia vì sợ tự do ngôn luận nên đã loại trừ hết các quan điểm phản đối, bắt bớ giam cầm nhà văn, thiêu hủy các loại sách viết trái ý. Cái thời vinh quang của những giàn hỏa thiêu rùng rợn đã cho phép ta phân biệt được người tử tế với kẻ giả nghĩa giả nhân. Chủ nghĩa toàn trị của quảng cáo là hình thức tinh vi để dễ bề giũ bỏ trách nhiệm.

Để dụ loài người vào vòng nô lệ, quảng cáo đã chọn con đường khơi gợi mềm dẻo, khôn khéo. Đây là khuôn khổ đầu tiên trong lịch sử thống trị của con người với con người, cái khuôn khổ mà ngay cả sự tự do cũng bó tay bất lực. Hơn nữa, khuôn khổ này tạo ra thứ vũ khí cho

mình từ sự tự do, và đó là phát kiến vĩ đại nhất của nó. Bất cứ sự chỉ trích, phê bình nào cũng cố tô vẽ, nịnh bợ nó, bất cứ trận bút chiến nào cũng củng cố ảo tưởng về sự độ lượng ngọt ngào của nó. Nó phục tùng bạn ở mức độ cao. Tất cả đều được phép, và chẳng ai đụng chạm đến bạn nếu như bạn cam chịu với sự bừa bãi, ngổn ngang này. Khuôn khổ đã đạt tới mục đích của nó: ngay sự không vâng lời cũng trở thành một hình thức vâng lời.

Số phận đổ gãy của chúng ta đã được trang trí đẹp đẽ. Và ngay cả bạn, độc giả của cuốn sách nhỏ này, chắc sẽ nghĩ rằng "Cái gã nhân viên quảng cáo oắt con này mới tử tế làm sao. Cái gã ăn cháo đái bát, ui chà, mày không thể trốn đi đâu được nhé, rồi mày cũng kẹt cứng ở đây giống như những người khác cả thôi, và rồi mày sẽ đóng thuế như tất cả chúng tao thôi." Đúng rồi, chẳng có cách nào chui ra khỏi cái vòng tròn ma thuật này đâu. Tất cả mọi cánh cửa đã được khóa chặt lại, còn đám bảo vệ thì mỉm cười tươi tắn. Người ta giữ chặt bạn bằng những khoản tín dụng dài hạn, những khoản phí phải đóng hàng tháng, những khoản tiền thuê nhà hàng tháng. Bạn có điều gì không ổn chăng? Hãy thử ngó ra ngoài cửa sổ mà xem: hàng triệu mống thất nghiệp đang nôn nóng chờ bạn giải phóng cái chỗ ngồi ấm cúng của mình. Bạn muốn dằn dỗi bao nhiêu mà chả được.

3.

Chín giờ sáng hôm nay, tôi ăn sáng với Giám đốc Tiếp thị của bộ phận sản phẩm sữa Madone - một trong những tập đoàn thực phẩm nông nghiệp lớn nhất thế giới (doanh số 84,848 tỉ phờ-răng năm 1998, tương đương với 12,935 tỉ euro) - trong tòa boong-ke làm bằng kính và thép với kiểu thiết kế theo phong cách Albert Speer[2]. Để có thể lọt được vào trong đó, chân tay bạn phải sạch sẽ: người ta bảo vệ đế chế sữa chua này còn nghiêm ngặt hơn cả cơ sở quân sự. Chưa bao giờ mà sản phẩm sữa được bảo vệ tốt như lúc này. Chỉ còn thiếu những tấm

bảng đề thời hạn sử dụng trên các cánh cửa tự động nữa mà thôi. Người ta cấp cho tôi một tấm thẻ từ để vào thang máy, rồi sau đó, tôi đi qua một khoang rỗng thông áp với những cò quay bằng kim loại hệt như ở tàu điện ngầm vậy. Tôi cảm thấy mình thật quan trọng, tựa hồ sắp được viếng thăm Tổng thống chứ không phải là đến gặp một lão già HEC[3] trong chiếc sơ mi cộc tay kẻ sọc. Trong thang máy, tôi thầm đọc một khổ thơ tứ tuyệt của Michel Houellebec:

"Đám người chật như nêm trong thang máy lấp loáng ánh mạ kền

Chấp nhận thử thách gian truân của họ

Các nàng thư ký lăng xăng chạy tới chạy lui

Dặm lại chút phấn son trên mặt"

Và cái bài thơ tứ tuyệt này khiến tôi cảm thấy mình hoàn toàn lạ lẫm và khó chịu.

Sau khi suy nghĩ kỹ càng, bạn sẽ đi đến kết luận rằng, buổi họp buổi sáng luôn quan trọng hơn cuộc gặp với Tổng thống. Hơn nữa, đối với tôi, nó đóng vai trò quan trọng nhất trong cuộc đời, có lẽ bởi vì nó định sẵn tất cả những gì tiếp tục xảy ra.

Tại tầng chín của công ty Madone, ban giám đốc chải chuốt trong những chiếc áo sơ mi kẻ sọc với cà vạt có in hình những con vật dễ thương. Giám đốc marketing Alfred Duler liên tục khủng bố đám nữ trợ lý của mình, còn các nàng thì mắt sưng húp vì khóc. Alfred thường bắt đầu các cuộc họp bằng một câu quen thuộc "Chúng ta ngồi họp đây không phải vì sự thỏa mãn cá nhân, mà là vì sự thỏa mãn của khách hàng". Cứ như thể người tiêu dùng là sinh vật thuộc hành tinh khác, "Untermensch"![4] Cứ mỗi một lần nghe thấy những từ này tôi lại có cảm giác buồn nôn - không đúng hay sao - phản ứng thật lạ lùng dành

cho những kẻ khom lưng cúi gối vì đống thức ăn này! Tôi cứ tự hình dung cảnh gã ta cạo râu buổi sáng, thắt cà vạt, quấy rầy đám trẻ con bằng những câu hỏi về làn hơi thở của mình, cảnh gã đứng trong gian nhà bếp với tách cà phê trên tay, lắng nghe France Info, mắt dõi theo tờ "Les Echos". Gã thôi không ngủ với vợ kể từ năm 1975 nhưng cũng chẳng tằng tịu với ai bao giờ. Gã đọc đúng một cuốn sách một năm, và đó là cuốn sách của tác giả Alain Duhamel. Gã vận bộ complê sang trọng, tin tưởng vào vai trò quan trọng của mình trong tập đoàn, đi lại trên chiếc Mercedec to vật vã hay gầm gừ mỗi khi kẹt đường, sử dụng điện thoại di động Motorola với âm thanh bíp bíp kêu trong chiếc bao bằng da để dưới phía chiếc radio của xe hơi, nơi tiếng gào quảng cáo vang lên "CASTO- CASTO-CASTORA-MA!", "MAMOUTH ĐẠI HẠ GIÁ, "HÃY CHỌN LỰA SẢN PHẨM THÀNH CÔNG, HÃY CHỌN LỰA BẰNG LÝ TRÍ CỦA MÌNH!". Gã khẳng định hùng hồn, rằng sự tăng trưởng sản xuất là lợi ích cao cả, khi mà nó trở thành yếu tố "tái sản xuất", quy tụ thành đống chồng chất những sản phẩm vô ích, không cần thiết cho cuộc sống con người mà với chúng, sớm hay muộn ta cũng sẽ bị chôn vùi. Vì gã giám đốc tiếp thị này có NIỀM TIN. Gã thao thao bất tuyệt về đức tin này trên các khóa đào tạo cao cấp: "Bạn sẽ tin vào SỰ TĂNG TRƯỞNG SẢN XUẤT!". Cứ sản xuất ra hàng triệu tấn hàng hóa đi, chúng tôi sẽ rất vui sướng hân hoan đấy! Sự bành trướng muôn năm! Điều cơ bản là không được dừng lại và đừng nghĩ ngợi gì trong đầu!

Chúng tôi ngồi trong phòng họp trống không, giống như tất cả các văn phòng khác trên thế giới, xung quanh chiếc bàn họp lớn hình ô van là những chiếc ly đựng sinh tố cam hoặc những tách cà phê (do có nàng thư ký - ả nô lệ, mặt cúi gằm, rót ra từ phích).

Duler mở màn cuộc họp bằng những công thức thiêng liêng, cao cả "Tất cả những gì được công bố ở đây sẽ được coi là tối mật; chúng ta sẽ không lập biên bản cuộc họp. Đây là cuộc họp trong điều kiện khủng hoảng; ta phải nghiên cứu khả năng cung ứng mới, nhưng mà tôi rất lo lắng tình hình quay vòng; đối thủ đã bắt đầu tung hàng nhái ra, và theo

một số nguồn tin thì họ đang âm mưu chiếm lĩnh một phần thị trường tiêu thụ của ta, vì thế chúng ta đang đối mặt với sự nguy hiểm”. Trong khoảnh khắc này, tất cả mọi người ngồi quanh bàn họp bắt đầu cau mày. Nếu thêm vào đấy những chiếc mũ sắt, bộ đồng phục và bản đồ tham mưu thì có lẽ sẽ có được bộ phim hoàn hảo mang tên **Le jour Le Plus Long**[5].

Sau phần bình luận về thời tiết như thông lệ, Jean Francois, Giám đốc khách hàng công ty chúng tôi cất lời để tóm tắt buổi hội ý đồng thời bật máy chiếu và quét những tấm slider lên tường.

- Nào, bây giờ chúng tôi sẽ cho các bạn xem một kịch bản với độ dài ba mươi giây để bảo vệ sản phẩm Maigrelette khởi sự tấn công của đám làm hàng nhái. Tôi xin nhắc lại mục tiêu chiến lược của chúng ta mà cuộc họp trước đã xác định: Maigrelette được tung ra đúng vào thời điểm thị trường đang tụt dốc như một sản phẩm cách tân và đưa lại cách nhìn mới mẻ về loại sữa chua nhờ bao bì mẫu mã mới một cách khoa học.

Jean dứt ra khỏi máy quay và thay slide. Giờ đây, trên tường hiện ra những dòng sau bằng phông chữ đậm:

“Tính ưu việt chủ yếu của nhãn hiệu (Tiếp theo):

Đặc trưng cảm tính

Đối với người sành ăn/không thể cưỡng lại được

Sư thỏa mãn/mốt **MAIGRELETTE** thanh mảnh/ Vẻ Đẹp Bổ Ích/Dưỡng chất Đặc trưng

Đặc trưng phù hợp.

Vì chẳng có ai phản ứng, gã giám đốc khách hàng vẫn tiếp tục lải nhải những điều mà nàng trợ lý (có đứa con đang bị bệnh viêm tai giữa ở nhà trẻ) đánh máy trên Word 6:

- Như đã quyết vào ngày 23, chúng tôi cùng với Luc và Alfred xây dựng trên mô típ lợi ích của người tiêu dùng: "Với Mairgellet, tôi vẫn thanh mảnh và hơn nữa, tôi sẽ còn thực hiện chế độ dinh dưỡng thông minh nhờ các loại vitamin và can xi." Và việc phân tích các nhãn hàng đối thủ trong khu vực bộn bề này cho thấy rằng, chúng ta cần hy vọng vào công thức kép: sắc đẹp + sức khỏe. Maigrelette tốt cho cả cơ thể lẫn tinh thần tôi. Và như các cụ vẫn nói, "bổ cả đầu lẫn chân", ha ha... hề hề hề!

Bài diễn văn này là kết quả suy nghĩ và tìm kiếm của phòng kế hoạch chiến lược (phòng của hai bà mụ bốn chục tuổi mắc chứng trầm cảm) và vài ba mống phó phòng quảng cáo (loại mặt búng ra sữa mới tốt nghiệp Cao đẳng Thương mại Dijon và chân ướt chân ráo về đây). Trước hết, bài diễn văn được sáng tạo theo mong muốn và sở thích của khách hàng đồng thời biện giải cho cái kịch bản mà tôi đề ra. Đến đây thì vị giám đốc Jean Francois của chúng tôi (hay gọi đơn giản hơn là Jet) thôi cười vì cảm thấy hơi lẻ loi. Gã tiếp tục điệu múa bụng của mình:

- Chúng tôi đã vạch ra được khái niệm thống nhất, nó trùng với ý tưởng của các copywriter đồng thời có khả năng biến lời hứa nhãn hiệu trở thành điều hấp dẫn, ít ra là ở mức độ thị giác. Còn bây giờ xin nhường lời cho Octave.

Bởi Octave là tôi cho nên tôi buộc phải đứng lên để trình bày dự án phim quảng cáo trong bầu im lặng chết chóc của các thành viên tham dự, thuyết trình về bố cục của cảnh phim từ cả tá hình ảnh màu sắc do một họa sĩ của công ty vẽ với mức thù lao quá cao:

- Thế này: chúng ta đang ở trên bãi biển Malibu tại California. Thời tiết tuyệt diệu. Hai em tóc vàng lộng lẫy trong bộ đồ tắm màu đỏ chạy trên cát. Bỗng một em nói với em kia: “Kiểu chú giải các địa danh cổ xưa lại mâu thuẫn với môn diễn giải văn bản cổ sai lệch.” Nàng kia trả lời: “Cẩn thận kẻo lại rơi vào lối chơi chữ đồng âm dị nghĩa đấy.” Lúc này, hai gã lướt sóng, da rám nâu, chí chóe với nhau ngay trên biển: “Bồ có biết là trong Ecce Homo, Nietzsche đã dành cho môn bơi lội một lời khen tặng - chủ nghĩa hưởng lạc, không?” Gã kia cáu kỉnh độp lại: “Có gì đâu, ông ta chỉ bảo vệ khái niệm “Sức khỏe lớn” bằng thuyết duy ngã thực tồn đấy thôi!” Bây giờ, ta hãy quay lại với bãi biển nhé, nơi hai em tóc vàng đang vẽ lên cát những phương trình toán học. Đối thoại: “Giả thiết rằng căn hình phương của x thay đổi theo hàm vô định...”- “Đúng, nàng kia nói, - nhưng cậu còn chưa tách mẫu số kia, nó sẽ tiến đến đường tiệm cận đấy.” Đoạn phim kết thúc bằng cảnh những chiếc bánh Maigrelette với dòng chữ sau:

“MAIGRELETTE CHO BẠN DÁNG VẺ THANH MẢNH VÀ TRÍ THÔNG MINH”.

Sư im lặng chết người vẫn bao phủ khắp gian phòng. Giám đốc Tiếp thị đưa mắt nhìn đám phụ trách thương hiệu đang cắm cúi ghi ghi chép chép để tránh phải đóng góp ý kiến. Cuối cũng thì Jean Francois cũng miễn cưỡng lên tiếng:

- Rút cục thì ta cũng sẽ đưa ra âm thanh leng keng thế này “Ừm, ừm, Madone”. Hừm, chúng ta quyết định rằng đây là một bước ngoặt thú vị: chiếu lên màn hình biểu tượng của sự thanh mảnh dưới dạng những cuộc trò chuyện trí tuệ ở mức độ cao... Hơn nữa, xin nhớ rằng, thể thao ngoài trời đang ngày càng trở nên chủ đạo. Tuy nhiên, có thể xuất hiện một số phương án ở đây: ví dụ, vài nàng hoa hậu Pháp tranh luận với nhau về vấn đề địa chính trị hoặc hiệp ước Brest-Litovsk (1918); hai gã Chippendale trần truồng vừa phô trương cơ bắp vừa giải nghĩa sự khỏa thân như một hình thức giải phóng thân xác và phủ nhận sự tha hóa hậu hiện đại v. v. Chẳng lẽ điều này không thú vị hay sao?

Đám phó của Bule bắt đầu lần lượt lên tiếng bình luận: “Tôi thích kiểu đó”, “Tôi ủng hộ”, “Đối với tôi, điều này không thuyết phục lắm dù hiểu rõ ý tưởng”, “Đây là một phương án cần nghiên cứu rất kỹ lưỡng”… Cũng cần ghi nhận rằng: mỗi thành viên dự họp đều nhắc lại như vẹt đúng cái kiểu cấp dưới mà hắn đã nói. Rồi cũng đến lúc Duler cất lời. Sếp lớn không đồng ý với đám nhân viên cấp dưới.

- Tại sao ta lại phải cần đến sự hài hước chứ?

Nói chung thì Alfred Duler cũng đã nói đúng: nếu ở vào vị trí gã thì tôi cũng chẳng cười. Nén cơn buồn nôn, tôi vặc lại:

- Điều này cần thiết cho thương hiệu của các anh chứ. Sự hài hước sẽ khiến cho thương hiệu trở nên hấp dẫn. Nó giúp người ta nhớ đến thương hiệu. Người tiêu dùng sẽ không bao giờ quên được những gì khiến cho họ cười: rồi sau đó, họ sẽ kể lại câu chuyện vui này cho người khác ngay trong các bữa ăn tối, trong văn phòng, trong sân chơi. Thử lấy ví dụ hài kịch chẳng hạn. Người ta vào nhà hát hay rạp chiếu bóng chỉ là để giải trí một chút...

Lúc này, Alfred Duler bèn buông ra một câu bất tử thế này:

- Đúng, nhưng xem xong, họ cũng đâu có ăn phim.

Tôi xin lỗi và đi ra toilet, bụng thầm nghĩ: “Đồ phân chó, rồi mày cũng sẽ có chỗ trong cuốn sách của tao thôi. Mày sẽ là nhân vật đầu tiên, bắt đầu từ chương ba mà tao định đặt tên là “ALFRED DULER LÀ ĐỒ CỨT CHÓ.”

Bất cứ nhà văn nào cũng là tên chỉ điểm. Bất cứ áng văn chương nào cũng đều là tố giác. Lợi lộc gì khi viết sách nhỉ, nếu không phải là để phỉ nhổ vào mặt ân nhân mình? Tôi cũng đã từng là chứng nhân của một vài sự kiện nhất định của thời dại này, hơn nữa, tôi lại quen một

tay khùng làm bên ngành xuất bản để cho phép mình công khai kể lại mọi chuyện. Ban đầu, tôi chẳng yêu cầu gì. Tôi đã rơi vào trong lòng một cỗ máy nghiền đáng sợ và nó đang nghiền nát tất cả mọi thứ trên đường đi, và tôi cũng chẳng còn hy vọng chui ra khỏi cỗ máy này một cách nguyên vẹn. Tôi chỉ muốn nhận biết xem ai là kẻ có quyền thay đổi thế giới khi chưa thấu hiểu được điều này: có lẽ, người đó chính là tôi.

4.

Nói tóm lại, ý đồ của đám này là phá rừng và đem xe hơi vào thay thế cho những cánh rừng. Đó không phải là một kế hoạch có ý thức và được suy nghĩ thấu đáo mà thực tế nó còn tồi tệ hơn. Chính đám này chẳng biết là sẽ đi tới đâu nhưng họ cứ huýt sáo mồm mà sải bước - và sau lưng họ là cơn đại hồng thủy (hay đúng hơn là cơn mưa a xít). Lần đầu tiên trong lịch sử hành tinh Trái Đất, công dân của tất cả các quốc gia đều có mục đích y hệt nhau: kiếm tiền để được giống như các nhân vật quảng cáo. Họ sẵn sàng phỉ nhổ vào mọi thứ còn lại, và hậu quả thì họ đâu có phải hứng chịu bao giờ.

Một chút đính chính nhỏ. Tôi không viết bản tự phê bình hay một bản phân tích tâm lý công chúng mà đơn giản là tôi đang viết lời sám hối của đứa con thiên niên kỷ. Từ “sám hối” trong trường hợp này chỉ đơn thuần mang ý nghĩa tôn giáo. Tôi đang muốn cứu rỗi linh hồn mình trước khi biến khỏi thế gian này. Vì “trên trời còn có nhiều niềm vui sướng dành cho một kẻ phạm tội nhưng biết sám hối ăn năn chứ không phải cho chín mươi chín kẻ mộ đạo không có nhu cầu sám hối” (Phúc âm - thánh Luca). Kể từ nay, ông chủ duy nhất mà tôi sẵn sàng ký kết một hợp đồng vô thời hạn - đó là Đức Chúa Trời.

Tôi xin lưu ý rằng, tôi đã toan cưỡng lại, thậm chí nhận thức rằng, chỉ nội việc tham dự những cuộc họp như thế này cũng chính là một

hình thức hợp tác. Cùng họ ngồi vào bàn trong những gian phòng bằng cẩm thạch bệnh hoạn có máy điều hòa không khí bạn đã bắt đầu tham dự vào cuộc tẩy não rồi. Từ điển nhà binh đã chỉ ra tất cả: những từ chiến dịch, mục tiêu, chiến lược, cú đánh... dính chặt trên môi họ. Họ lập kế hoạch cho các *mục tiêu*, cho *chiến dịch tấn công thứ nhất* hay *chiến dịch tấn công tiếp theo*. Họ lo sợ nạn *ăn thịt người* trở thành phổ biến, họ từ chối chung công chung việc với đám ma cà rồng. Tôi nghe nói ở hàng Mars (nhà sản xuất kẹo sô cô la mang tên thần chiến tranh!), người ta chia một năm thành 12 kỳ, mỗi kỳ 4 tuần: họ không nói ngày 1 tháng Tư mà nói "P4 S1"! Tóm lại, đó là những vị tướng đang tiến hành cuộc Chiến tranh thế giới lần thứ ba. Quảng cáo là kỹ thuật đầu độc trí não được công dân Mỹ Albert Davis Lasker sáng chế vào năm 1899, còn trong thập niên 30 của thế kỷ chúng ta, nó đã được hoàn thiện và phát triển bởi gã Joseph Goebbels nào đó nhằm thuyết phục dân Đức thiêu chết tất cả người Do Thái. Goebbels là một chuyên gia tài năng về ý tưởng quảng cáo, một hình thức tuyên truyền: "DEÚTCHLAND UBER ALLES", "EIN VOLK, EIN REICH, EIN FUHRER", "ARBEIT MACHT FREI"[6]... Hãy cố gắng lưu giữ điều này trong tâm trí: Xin đừng có đùa giỡn với quảng cáo.Vì sự khác nhau giữa động từ "tiêu thụ" và "tiêu hủy" không là bao[7].

Trong một khoảnh khắc nào đó, tôi ngờ rằng mình có thể trở thành hạt cát ngăn guồng máy giết người này lại. Là kẻ phiến loạn trong bụng còn mắn sinh sôi của loài thu. Là chàng lính trơn trong đoàn quân của thị trường toàn cầu. Tôi tự nhủ: "Không thể chiếm được chiếc máy bay nếu không leo được lên nó; thế giới này cần phải được thay đổi ngay từ bên trong nó...

Đôi khi, từ công sở trở về căn hộ rộng thênh thang của mình, tôi rất khó ngủ khi nghĩ tới những kẻ vô gia cư. Trên thực tế, chính thứ bột trắng là cocain đã khiến tôi khó ngủ. Vị kim loại của cái thứ bột này trào ngược lên cổ họng. Tôi thủ dâm trong phòng tắm rồi uống một

viên thuốc ngủ Stilnox và tỉnh dậy vào giữa ngày. Bên cạnh tôi sẽ chẳng bao giờ còn bóng dáng người đàn bà nào nữa.

Tôi có cảm giác rằng, ban đầu tôi luôn muốn làm chỉ những điều tốt xung quanh mình. Nhưng cái mong muốn đó đã không thành vì hai lý do: thứ nhất, vì người ta ngăn cản tôi và thứ hai, bởi tôi từ chối thực hiện những điều đó. Những người nung nấu ý đồ tốt đẹp lại luôn hóa thành quái vật. Hôm nay tôi biết rằng, mình sẽ chẳng thay đổi được điều gì và chẳng thể nào thay đổi nổi, tất cả đã quá muộn rồi. Không nên vượt mặt đối thủ, kẻ hiện diện khắp nơi, hư ảo và không hề có cảm giác với sự đau đớn. Nếu để phản đối Pierre de Coubertin, có lẽ tôi đã nói rằng, điều cơ bản là - KHÔNG tham dự. Đơn giản là nên biến đi thật xa như Gauguin, Rimbaud hay Castaneda, chấm hết. Hoặc phắn ra một hoang đảo nào đó với em Angelica và em Juliana. Ở đó, Angelica sẽ xoa kem vào vú của Juliana, trong khi Juliana xoa bóp "thằng bé" của tôi (đương nhiên là không phải xoa bằng kem). Hoặc gieo trồng mảnh vườn (thuốc phiện) của mình với hy vọng là mọi người sẽ chết trước khi thế gian này tới ngày tận thế. Nhãn hiệu thương mại đã chiến thắng trận đánh của con người trong Thế chiến thứ ba. Đặc điểm của cuộc chiến thế giới lần thứ ba này là tất cả các quốc gia đều thua cùng một lúc. Tôi thông báo cho bạn một thông tin sốt dẻo nhé: David sẽ chẳng bao giờ chiến thắng Goliath. Tôi đúng là một thằng ngu toàn tập. Mà sự ngây ngô đâu phải là đặc tính tập đoàn này đòi hỏi. Nó đã tồn tại khi tôi sinh ra trên cõi đời này. Và đó chính là điểm chung duy nhất giữa tôi và bạn.

5.

Tôi nôn hết tất cả mười hai cốc cà phê trong phòng vệ sinh của "Madone International" rồi tự mồi cho mình một liều bột trắng để tỉnh táo trở lại. Trước khi quay trở lại cuộc họp, tôi vả nước lạnh khắp mặt. Không có gì đáng ngạc nhiên khi chẳng có mống nào với tư duy sáng tạo muốn làm việc cho tập đoàn này. Nhưng tôi lại có một ít kịch bản

khác dự trữ; tôi đã trình bày một dự án có tên gọi *Những cô nàng thú vị* với ba em xinh đẹp chạy lăng xăng trên màn ảnh, chĩa súng vào camera trên nền nhạc soul của thập niên 70; họ bắt đám lưu manh bất hảo rồi đọc cho chúng nghe những bài thơ của Baudelaire, xen kẽ vào đó là những màn ju-đo, những cú đá kung-fu, trò lăn người hay nhào lộn; lúc đó, một có nàng vừa nhìn vào ống kính camera vừa bẻ tay một tên cướp khốn nạn đang rên rỉ vì đau rồi dõng dạc nói:

- Chúng tôi sẽ không thể thực hiện được màn bắt giữ này nếu thiếu loại sữa chua trái cây không chất béo Mairgellet. Loại sữa chua này sẽ giúp chúng tôi giữ được thân hình khỏe mạnh và trí tuệ minh mẫn!

Đề nghị này đã bị bác bỏ, giống như các đề nghị tiếp theo:

l. Một kiểu phim Ấn Độ cấu trúc chủ nghĩa,

2. Cô nàng điệp viên 007 đến bác sĩ phân tâm học khám bệnh,

3. Làm lại bộ phim Wonderwoman của Jean-Luc Godard,

4. Bài giảng của Julia Kristeva do David Hamilton quay phim,

Gã nhà quê của cái tập đoàn toàn cầu tiếp tục bài tụng ca rên rỉ về đề tài hài hước:

- Các anh, những con người sáng tạo cho rằng mình là những nghệ sĩ vĩ đại, chỉ mơ tưởng đến các giải thưởng Cannes, trong khi tôi lại phải quyết định nhiều chuyện quan trọng, phải giải quyết chuyện tiêu thụ sản phẩm và trước mắt chúng ta là nhiệm vụ tối quan trọng. Octave, xin anh hiểu cho, tôi rất có cảm tình với anh, và những trò hài hước của anh có làm cho tôi vui đấy nhưng tôi không phải là bà mụ nội trợ dưới năm mươi, chúng ta đang làm việc trong lĩnh vực quảng cáo, và nghĩa vụ của chúng ta là trừu tượng hóa các ý kiến cả nhân đồng thời biết

lắng nghe người tiêu dùng - những người nhìn thấy sản phẩm "gondole"[8] của chúng ta trên các kệ hàng siêu thị.

- Không phải của chúng ta, mà là của Vơ-ni-dơ chứ - tôi chỉnh lại. Hãy để "gondole" ở lại Vơ-ni-dơ.

Nhưng gã Alfred của hãng Procter này đã không đánh giá ưu điểm trong câu nói sắc sảo của tôi. Gã đã chuyển sang ca ngợi việc thử nghiệm. Đám tay chân của gã tiếp tục nghí ngoáy gì đó trong cuốn sổ tay.

- Chúng tôi đã tập hợp được nhóm thử nghiệm bao gồm hai chục nữ khách hàng và họ không hề hiểu gì về nội dung hoang tưởng của quý vị - họ không hiểu và không thể giải thích được. Những gì họ cần - đó là thông tin cụ thể: giới thiệu sản phẩm và giá cả hàng hóa, chấm hết! Vậy tôi hỏi các anh nhé: cái ý tưởng thị giác cơ bản của tôi nằm ở đâu? Những ý tưởng sáng tạo của các anh đương nhiên là rất tuyệt, nhưng tôi là một gã thương gia đơn giản, tôi cần tiêu thụ sản phẩm, và việc quảng cáo cho hàng hóa này phải làm sao để gây được ấn tượng cho khách hàng mãi mãi! Tôi sẽ quảng cáo sản phẩm như thế nào đây trên Internet? Người Mỹ đã tạo ra "spam" - hình thức phát tán quảng cáo bằng thư điện tử, trong khi anh vẫn còn mắc kẹt ở cái thế kỷ XX! Không, không thể như thế được! Tôi đã không còn ảo tưởng nữa rồi, đúng thế! Các lớp vỏ cứng cáp dưới chân mới là điều cơ bản! Và lúc đó, tôi sẵn sàng mua một thứ gì đó gây ngạc nhiên - nhưng nó phải nằm trong phạm vi mà chúng ta đòi hỏi.

Tôi cố gắng bình tĩnh hết sức.

- Cho phép tôi đặt ra cho anh một câu hỏi: anh định gây ngạc nhiên cho đám nữ khách hàng bằng cách nào nếu như trước đó anh đã hỏi ý kiến họ? Không lẽ anh lại đề nghị bà xã mình chọn món quà mà anh đang muốn tạo ra sự bất ngờ cho cô ấy nhân ngày sinh nhật?

- Bà xã tôi ghét mọi sự bất ngờ.

- Và chính vì điều này mà có ta đã lấy anh?

Jean Francois ho một thôi một hồi liền.

Đôi khi tôi có cảm giác rằng, các nhà công nghiệp - những kẻ điên cuồng khao khát bán sản phẩm của mình cho người tiêu dùng, đã không hề xấu hổ để dồn họ vào toa hàng chuyên chở gia súc. Bạn có cho phép tôi trích dẫn ba câu nói khác không? "Chúng ta tìm kiếm hiệu quả chứ không phải là sự thật". "Tuyên truyền sẽ mất hiệu nghiệm khi nó hiện ra rõ ràng". "Sự dối trá cảng thô bỉ bao nhiêu, người ta lại dễ dàng tin vào nó bấy nhiều". Tất cả những câu nói này lại là của Joseph Goebbels.

Alfred Duler tiếp tục lè nhè:

- Trước mắt chúng ta là mục tiêu cụ thể - tiêu thụ 12.000 tấn sản phẩm trong năm nay. Những cuộc tranh luận mang tính triết học, trí tuệ của các cô thiếu nữ chạy trên bãi biển chỉ hữu ích đối với quán cà phê de Flora, còn bà khách hàng bình dân thì chẳng hiểu mô tê gì cả! Về câu trích dẫn từ *Ece Homo* thì tôi hiểu nó là cái gì nhưng e rằng, đối với số đông công chúng thì nó nghe có vẻ ngớ ngẩn đấy! Không, nói một cách thẳng thắn thì anh phải làm lại cho tôi tất cả những thứ này từ đầu đến cuối. Có lẽ anh hiểu rõ nguyên tắc của Procter "Đừng coi thiên hạ là lũ ngu đần, nhưng cũng đừng bao giờ quên rằng, họ chính là những kẻ đần ngu".

- Ô, điều đó thật là tàn nhẫn! Nghĩa là chế độ dân chủ sẽ đến lúc tự hủy hoại. Với những câu châm ngôn như anh vừa nói, ta sẽ quay trở lại với chủ nghĩa phát xít: ban đầu, con người ta bị chỉ là ngu đần, và sau đó, họ lại bị thủ tiêu chính bởi cái cớ đó.

- Ô, cậu chớ có nghĩ đến việc mô tả kẻ sáng tạo phản loạn ấy ở đây nhé! Chúng ta chỉ bán sữa chua chứ không phải để làm cách mạng. Hôm nay cậu làm sao thế? Sao bỗng dưng cậu lại nóng này thế! Tối qua, người ta không cho phép cậu bước vào quán "Bains" phải không?

Không khí trở nên căng thẳng tột độ. Jean Francois cố lái câu chuyện chệch sang hướng khác:

- Thành thực mà nói, tôi có cảm giác rằng, sự tương phản giữa vẻ ngoài sexy của các cô em và câu chuyện của họ về khoa học diễn giải văn bản cổ kia thể hiện đúng những điều mà cậu mong muốn: sắc đẹp và trí tuệ... đúng thế không?

- Câu cú của họ quá dài - một trong những gã phó đeo kính trắng của Duler cắt ngang.

- Cho phép tôi nhắc lại một trong những nguyên tắc của quảng cáo: chúng ta đang cố để đạt được sự chênh lệch hài hước (trong tiếng lóng của chúng ta, nó được gọi là "bước đột phá sáng tạo") và nó có khả năng khiến cho khán giá mỉm cười đồng thời tạo ra cho họ cảm giác rằng giữa họ và sản phẩm có một chút gì đó liên quan, điều sẽ giúp chúng ta bán được sản phẩm. Tuy nhiên, đối với dân Procter thì chiến lược của cậu, xin lỗi nhé, hơi khập khiễng đấy: ở đây, công thức "thanh mảnh và thông minh", như một lời đề nghị bán hàng độc nhất vô nhị nảy sinh ở đây.

Jean Francois ra hiệu cho tôi đừng tranh luận nữa. Tôi rất muốn đề nghị họ một slogan khác "Madone Uberalles"[9] nhưng tôi lại nhút nhát. Có thể bạn có cảm giác rằng tôi đã thổi phồng quá mức, rằng mọi việc không đến nỗi quả nghiêm trọng như thế. Nhưng bạn hãy thử nghĩ xem trò gì đã diễn ra tại cuộc họp buồn tẻ sáng nay. Hoàn toàn không phải là cuộc bàn luận cho chiến dịch quảng cáo kế tiếp mà là một hội nghị quan trọng hơn cả hiệp định Munich (Ở Munich, vào năm 1838,

những nhà lãnh đạo Pháp và Anh, Edouard Daladier và Neville Chamberlain, đã thí Tiệp Khắc cho Đức quốc xã đơn giản bằng thủ tục ký hiệp ước ở góc bàn).

Hàng trăm vụ thương thảo tương tự cuộc họp diễn ra hôm nay ở Madone đang hàng ngày "tỉ thí" cả thế giới. Vả hàng nghìn cuộc hội nghị Munich đang diễn ra hàng ngày! Những gì diễn ra ở đây quả thực là đáng sợ: đó là sự bóp chết các ý tưởng, là sự cấm đoán thay đổi. Bạn ngồi đối mặt với những loại người khinh miệt công chúng, muốn dồn công chúng vào thế buộc phải thực hiện hành vi mua hàng ngu ngốc nhưng có sự quy ước, thao túng từ trước. Họ dán chặt vào cái ý nghĩ rằng họ có chung mối quan tâm với bà già nội trợ lẩm cẩm "dưới năm mươi". Bạn muốn đề nghị họ một thứ gì đó hay hay, cái thứ ít ra cũng thể hiện sự kính trọng nào đó đối với con người và có thể nâng họ lên cao hơn một chút, bởi cũng cần phải thể hiện chút lịch thiệp tối thiểu khi chèn quảng cáo của mình vào bộ phim truyền hình nhiều tập của họ. Cần thiết - nhưng điều đó lại bị ngăn cấm. Và vĩnh viễn vẫn chỉ một câu chuyện như vậy, mỗi ngày, mỗi giờ... vĩnh viễn, hàng nghìn gã đồng nghiệp của tôi trong bộ com-lê hiệu Tergan, cụp đuôi lấm lét đầu hàng. Hàng nghìn "cuộc giải khuây đê tiện" diễn ra thường nhật. Dần dần, hàng trăm nghìn cuộc họp nhạt thếch đang chuẩn bị cho một lễ khải hoàn thấm đẫm tính toán lạnh lùng, đê tiện ngớ ngẩn đối với niềm khát khao giản dị và ngây thơ của loài người hướng đến sự tiến bộ của nhân loại. Lý tưởng mà nói, có lẽ người ta nên sử dụng cái quyền lực khủng khiếp của truyền thông đại chúng để thức tỉnh khả năng trí tuệ thay vì đàn áp chúng. Nhưng điều này sẽ chẳng bao giờ xảy ra bởi những kẻ có trong tay quyền lực này lại không muốn quàng rủi ro vào cổ. Các nhà quảng cáo đều muốn mọi thứ bày sẵn trước hay đã thử nghiệm trước, lạy chúa, để bạn khỏi cần phải động não; họ muốn biến bạn thành con cún; tôi chẳng đùa đâu, vào một ngày đẹp trời, họ sẽ dán vào cổ tay bạn một mã vạch. Họ thừa biết rằng, sức mạnh duy nhất của bạn nằm trong tấm thẻ tín dụng. Họ không muốn trao quyền tự do chọn lựa cho bạn. Họ muốn biến tất cả các hành động không kích thích của bạn sang hành vi kích thích – mua hàng ở mức độ cao nhất.

Điều khó chịu thật sự của việc thay đổi - đó là những gì người ta sám hối trong tất cả các phòng họp hời hợt, nhạt nhòa này. Chủ nghĩa Ù lì đang ngự trị, thống soái cái chốn này mà cung điện của nó là tòa nhà, còn thần của nó là đám quản trị cấp trung đang ngồi với gàu vương trên tóc và những miếng lót giày dưới chân. Người ta đã trao cho họ chìa khóa của quyền lực mà chẳng ai hiểu vì sao. Họ là trung tâm của thế giới! Các chính trị gia không còn kiểm soát được nữa, giờ đây nền kinh tế sẽ điều khiển chúng ta. Marketing là nền dân chủ được xếp đặt từ chân lên đầu, là dàn nhạc được ra lệnh bởi người chỉ huy. Các cuộc thăm dò ý kiến công chúng ấn định chính sách, các cuộc thử nghiệm xác lập ra phong cách quảng cáo, các bản thu thập ý kiến ấn định sự lựa chọn âm nhạc cho radio, kết quả của các màn *“sneak previews”*[10] quyết định bộ phim, khối lượng khán giả quyết định nội dung chương trình truyền hình, và tất cả các “nghiên cứu” này đều được những kẻ như Alfred Duler trên trái đất này sắp đặt, tổ chức. Tất cả trách nhiệm là ở đám này chứ không phải ở ai khác. Những kẻ như Alfred Duler chịu trách nhiệm cầm lái nhưng lại chẳng chuyển động đi đâu cả. *Big Brother is not watching you, Big Brother is testing you*[11]. Tuy nhiên, việc thăm dò chính là sự bảo đảm của chủ nghĩa bảo thủ, trì trệ, là một sự chối từ tự do. Người ta không đề nghị bạn bất cứ thứ gì nữa bởi điều đó là RỦI RO - biết đâu bỗng dưng bạn phật ý! Và như vậy, người ta bóp chết cái mới, độc đáo, sáng tạo, sự nổi loạn của tâm hồn... Và kết quả thì rành rành ra đấy. Số phận nhân bản vô tính của chúng ta... Sự ù lì mê muội của chúng ta... Sự cô độc của chúng ta trong cuộc đời... Nói chung là cả một sự dửng dưng vô cảm trước những điều quái gở. Không, đây không phải là một cuộc họp bình thường mà là giờ tận thế của hành tinh trên hành trình của nó. Không nên cùng lúc vừa phục tùng thế giới lại vừa thay đổi nó. Vào một lúc nào đó, ở trường học, người ta sẽ bắt đầu nghiên cứu đề tài “sự tự hủy hoại của dân chủ”.

Chừng năm chục năm sau, Alfred Du1er sẽ bị xét xử vì những tội ác chống lại loài người. Lần nào cũng vậy, cứ khi nói đến từ “thị trường”,

tức là gã ám chỉ “bánh ngọt”. Còn nếu gã nói “nghiên cứu thị trường” thì nó có nghĩa là “nghiên cứu bánh ngọt”; “kinh tế thị trường” có nghĩa lã “kinh tế bánh ngọt”. Con người này ủng hộ công cuộc giải phóng bánh ngọt, và gã muốn tung ra nhiều sản phẩm mới vì bánh ngọt, gã vội vàng chinh phục các lĩnh vực mới trong sản xuất cũng vì bánh ngọt và không bao giờ quên nhấn mạnh ý nghĩa toàn cầu của món bánh ngọt này. Gã căm thù bạn, hãy luôn nhớ như vậy. Với gã, bạn chỉ là loài gia súc để vỗ béo, là những con chó thí nghiệm của Pavlov; chỉ có một điều gã quan tâm - đó là đồng tiền của bạn trong túi các cổ đông của gã (các quỹ hưu trí Mỹ, hay nói cách khác, cả một đám những lão khốt đang đeo dây quần trong nhà xác, một chân xếp trong hòm, chân kia đang đập vẫy đâu đó trong bể bơi ở Miami, Florida). Và cái Thế giới Tốt đẹp nhất trong các Thế giới Vật chất cứ phồn thịnh mãi mãi.

Tôi lại xin ra ngoài lần nữa vì có cảm giác mũi sắp chảy máu cam. Vấn đề muôn thuở với loại cocain Paris: nó bị pha trộn nhiều đến nỗi bạn phải có hai lỗ mũi thật vững chắc. Tôi có cảm giác máu trào ra, và đứng lên để chạy vội vào phòng vệ sinh, máu từ mũi tôi bắt đầu trào ra như chưa bao giờ vậy, phọt khắp nơi - trên gương, trên áo sơ mi tôi mặc, trên cuộn giấy lau tư động, trên sàn nhà; hai lỗ mũi tôi thổi ra những chiếc bong bóng đỏ to tướng. May sao, lúc này không có ai vào phòng vệ sinh; tôi liếc vào gương, chiếc gương phản chiếu gương mặt tôi đầy máu - cằm, miệng, cổ áo, ngực, bồn rửa, tay đều nhuốm đầy máu – đấy, lần này thì chiến thắng thuộc về chúng, tay tôi những máu. Trong đầu tôi nảy ra một ý nghĩ tuyệt vời: tôi viết lên tường nhà vệ sinh từ “Pigs”[12], sau đó viết chữ “PIGS” to hơn lên cánh cửa rồi bước ra hành lang, ngoáy chỉ *pigs* trên gỗ dán, *pigs* trên thảm, *pigs* trên tường thang máy rồi cuối cùng biến khỏi chỗ đó; bụng thầm nghĩ, chắc những chiếc camera đã rất ấn tượng với chiến công lửng lẫy của tôi. Ngày hôm nay, tôi làm lễ đặt tên cho chủ nghĩa tư bản bằng chính máu của mình.

6.

Ai dà, ai ở trong phòng làm việc của tôi vậy? À, vị Chủ tịch của hãng chúng tôi. Ông mặc quần trắng, khoác áo blazer xanh đen có hàng khuy màu vùng và một chiếc mùi soa trắng trong túi ngực, chiếc sơ mi ca rô màu hồng vichy (dĩ nhiên rồi, chứ còn mặc loại nào nữa). Tôi vừa kịp xóa đoạn văn này khỏi màn hình máy tính. Ông vỗ vai tôi với vẻ gia trưởng: “Thế nào, làm việc chứ?”. Philippe rất quý tôi - ông có cảm giác rằng tôi đang giữ một khoảng cách nào đó với nghề này. Và ông cũng thừa biết rằng, thiếu tôi - ông chỉ là con số không, và ngược lại: không có ông, tôi cũng chẳng bao giờ nhìn thấy đảo vắng, thứ bột trắng cùng mấy em ca ve (Veronica đờ đẫn nằm lên người Fiona phừng phừng, còn tôi ở trên cùng, trên người Veronica). Phillip thuộc típ người mà tôi sẽ ân hận về họ khi bị lột mặt nạ cũng ngành quảng cáo Pháp sau khi cuốn sách này được xuất bản. Philippe trả lương cao cho tôi để thể hiện tình yêu của mình với tôi. Còn tôi kính trọng ông vì căn hộ của ông lớn hơn căn hộ của tôi. Và lần này, ông vỗ vào vai tôi với kiểu rất lạ, thì thào vào tai tôi bằng giọng căng thẳng:

- Này... Cậu có mệt không đấy?

Tôi nhún vai:

- Vâng, em mệt kể từ khi chào đời cơ..

- Octave, cậu biết là ở đây mọi người đều ngưỡng mộ cậu. Nhưng cẩn thận chút, có vẻ như sáng nay cậu làm điều xằng bậy ở công ty thì phải. Duler đã gọi tớ đến mục kính hiện trường và chỉnh xạc cho một trận. Tớ đã phải cử một nhóm tạp vụ đến xóa các tác phẩm nghệ thuật của cậu. Có lẽ, đã đến lúc cậu cần nghỉ ngơi chăng?

- Thế sếp không nghĩ rằng tốt hơn hết nên tống cổ em ra khỏi công ty này sao?

Philippe cười và lại vỗ vào lưng tôi lần nữa:

- Làm gì mà ghê thế! Làm gì có chuyện đó chứ, chúng tớ đánh giá cao tải năng của cậu. Công việc của cậu có lợi cho Rosse – cậu nhớ xem, dân Mỹ mê những đoạn phim quảng cáo của cậu "Orangina - Cola" như thế nào, rồi câu slogan của cậu "ĐIỀU NÀY THẬM CHÍ LÀ QUÁ WONDERFUL" đã được Ipsos ghi nhận và xếp hạng cao ra sao, nhưng có lẽ cậu nên bớt tiếp xúc với khách hàng đi, nhỉ?

- Sếp nghe đã, em cư xử đúng mực đấy chứ, thưa sếp; tay Duler chó chết tra tấn em bằng mớ *spam* trên Internet. Sếp có khi phải cám ơn em vì em đã không nhờ Charlie phát tán vi rút Trojan horse để phá tan cái hệ thống dữ liệu của hắn ta. Xử lý cái vụ ấy mới tốn kém chứ xối rửa cái chuồng xí của công ty thì nhằm nhò gì!

Philippe vừa bước ra khỏi phòng, vừa cười váng khắp cả hành lang – dấu hiện chứng tỏ ông ta chẳng hiểu cóc khô gì. Tuy nhiên, sự kiện chủ tịch công ty đích thân đến phê bình tôi, - lại là dấu hiệu tốt lành đối với việc sa thải tôi: đơn giản, ông chỉ cần liên lạc vơi tôi qua mạng Intranet. Con người ta đang trở nên ít nói chuyện với nhau hơn, và nói chung, khi có ai đó buộc phải nói toẹt sự thật vào mặt bạn thì mọi việc GẦN NHƯ là đã quá muộn.

7.

Người ta thường hỏi tôi tại sao đám nhân viên sáng tạo lại được trả lương cao đến vậy. Một phóng viên cày nguyên cả tuần để viết bài cho tờ Le Figaro kiếm được khoản nhuận bút ít hơn năm mươi lần so với một tay copywriter[13] - kẻ chỉ mất mười phút để rặn ra một slogan. Vì sao ư? Đơn giản chỉ là vì công việc của copywriter đem lại nhiều tiền hơn. Doanh nghiệp quảng cáo phân bổ ngân sách hàng năm thành nhiều chục, nhiều trăm triệu. Hãng cung cấp dịch vụ quảng cáo tính phí dựa

theo phần trăm giá trị "đất" quảng cáo được mua; nói chung, mức hoa hồng này thường là 9% (trước kia, chúng tôi "cứa" khách hàng 15% nhưng các doanh nghiệp quảng cáo nhanh chóng nhận thấy sự lừa bịp này). Trên thực tế, đám nhân viên sáng tạo nhận được mức thù lao thấp hơn so với lợi nhuận mà họ mang lại cho hãng. Khi nhận thấy bao nhiều tiền bạc vung ra trước mũi mình, bao nhiêu khoản kếch xù bị các sếp vung vãi thì bạn sẽ nhận ra rằng, mức lương của mình chỉ là hạt bụi. Nhưng nếu một ai đó trong đám nhân viên ý tưởng quảng cáo thử yêu cầu tăng lương, chắc bạn sẽ bị coi là trò cười. Một lần, khi bước ra khỏi phòng họp, tôi đã hỏi Marc Marronnier:

- Tại sao ai cũng nghe lời Philippe mà lại không nghe tôi nhỉ?

- Vì sao ư, - gã trả lời mà không hề chớp mắt - vì Philippe kiếm 300 nghìn phờ-răng/tháng, còn cậu thì không.

Sáng tạo không phải là một nghề mà người ta phải biện hộ cho mức lương của mình; đó là một nghề, nơi mức lương của bạn biện hộ cho bạn. Con đường sự nghiệp của một nhân viên sáng tạo cũng phù du như nghề nghiệp của biên tập viên chương trình truyền hình vậy. Bởi vậy, một nhân viên sáng tạo trong mấy năm có thể kiếm chác được khoản tiền làm bằng một thằng bình thường suốt cả đời cày bừa. Tuy nhiên, giữa quảng cáo và truyền hình luôn tồn tại một sự khác biệt lớn: nhân viên sáng tạo mất một năm để cho ra đời một đoạn phim ba mươi giây, trong khi chỉ cần mất ba mươi giây để cho ra một chương trình truyền hình cả năm.

Và sau cùng, lao động sáng tạo không phải là một việc quá dễ làm. Danh tiếng của nghề này bị giảm sút từ sự hình dung đơn giản về nó. Mọi người nghĩ rằng mình có thể đảm đương nghề này một cách ngon ơ. Nhưng, cuộc họp sáng nay, hy vọng rằng, đã chứng minh cho bạn thấy tất cả sự phức tạp trong nghề của chúng tôi. Nếu tiếp tục chuyện so sánh với tay phóng viên viết báo cho tờ Figaro thì có thể nói rằng, sản phẩm của nhân viên sáng tạo chính là bài báo được gã phó biên tập

chỉnh sửa đầu tiên, sau đó là biên tập viên rồi tổng biên tập, rồi bài báo lại được tất cả những ai có liên quan trong đó đọc và sửa, sau đó là nhóm độc giả thí nghiệm của tờ báo, rồi tiếp tục được viết lại từ đầu đến cuối để rồi cuối cùng xác suất không được đăng lên báo là 90%. Bạn có biết nhiều nhà báo chấp nhận sự đối xử tệ hại như vậy không? Bởi vậy mà chúng ta được trả lương hậu hĩnh.

Và cũng bởi vậy nên người ta cần đến những con người tạo ra quảng cáo mà bạn nhìn thấy khắp chốn mọi nơi: ông giám đốc hãng quảng cáo và các vị giám đốc thương mại của ông ta bán nó cho các doanh nghiệp có nhu cầu quảng cáo. Rồi người ta nhắc đến nó trên báo chí, nhại nó trên ti vi, mổ xẻ nó trong các trung tâm nghiên cứu, và quảng cáo đã giúp nâng thứ hạng cũng như doanh thu của sản phẩm. Bởi vậy mới có một thằng oắt con chễm chệ trên ghế bóp đầu bóp trán để cho ra những câu slogan, và gã oắt con này lại được trả lương hậu hĩnh, rất hậu hĩnh vì gã chính là ông chủ của vũ trụ, như tôi đã có vinh hạnh được chứng minh cho bạn. Gã oắt con này hiện diện ngay trên đỉnh cao của quy trình sản xuất, tức là nơi mà bất cứ nền sản xuất nào cũng kết thúc quy trình của mình và là nơi bắt đầu trận chiến không phải vì sự sống mà vì cái chết –trận chiến tiêu thụ. Các doanh nghiệp cho ra đời những nhãn hiện mới, hàng triệu triệu công nhân chế tạo ra các sản phẩm này trong nhà máy, sau đó chúng được chuyển tới vô số các cửa hàng bách hóa. Nhưng tất cả sự lộm nhộm này sẽ chẳng mang lại điều tốt đẹp gì nếu như gã oắt con đang chễm chệ trên ghế kia không nghĩ ra cách làm thế nào để đè bẹp đám đối thủ cạnh tranh, làm thế nào để tiến lên phía trước, thuyết phục người tiêu dùng chọn lựa sản phẩm này chứ không phải là sản phẩm kia. Cuộc chiến này đòi hỏi nhiều nỗ lực và hao tốn chứ không phải là chỗ dành cho những kẻ a-ma-tơ. Người ta hoàn toàn nghiêm túc với cuộc chiến đó. Và đó là một quá trình lạ lùng, bí ẩn: chúng tôi ngồi cùng Charlie, giám đốc mỹ thuật, mặt đối mặt, vắt óc suy nghĩ và rồi chúng tôi có cảm giác tìm được ý tưởng tung ra một món hàng vô dụng cho bà già nội trợ nghèo. Rồi trong một khoảnh khắc, chúng tôi hung dữ nhìn nhau. Hành vi ảo thuật đã được hoàn thành: chúng tôi đánh thức mong muốn thực hiện hành vi mua hàng ở

những người không có đủ tiền bạc mua sắm, điều mà mười phút trước đó họ không hề nghĩ đến. Và mỗi lần như vậy, điều này khiến chúng tôi ngạc nhiên. Ý định luôn được nảy sinh ra từ hư vô, từ sự trống rỗng. Điều tuyệt diệu này làm tôi xúc động đến trào nước mắt. Mà hình như đã đến lúc tôi phải hít thứ bột trắng rồi.

Tên gọi chức danh của tôi - nhân viên ý tưởng/ viết lời quảng cáo như cách người ta vẫn thường gọi các tác giả của chương trình quảng cáo. Tôi sáng tác kịch bản cho những đoạn phim ba mươi giây và slogan cho các poster quảng cáo. Tôi nói "slogan" là để bạn dễ hiểu hơn nhưng nói chung thì cái từ này đã từ lâu has-been. Bây giờ, ở chỗ chúng tôi, người ta gọi là "móc" hoặc "tít". Cá nhân tôi thì thích từ "móc" hơn nhưng từ "tít" lại nghe sang hơn. Chẳng hiểu sao tất cả các nhân viên ý tưởng hợm hĩnh nhất đầu dùng từ "tít". Và tôi cũng nói rằng mình đã rặn ra được "tít"này "tít" nọ, vì nếu có hợm hĩnh lập dị thì bạn mới thường được tăng lương hơn. Tôi "cày" trong tám lĩnh vực: nước hoa Pháp, các nhãn áo quần đề mốt, mỳ ống Ý, phụ gia thay thế đường, điện thoại di động, sữa chua không béo, cà phê hòa tan và soda vị cam. Thời gian của tôi trôi đi giống như sự phấn chấn vô tận giữa tám đám cháy khác nhau đang cần phải dập tắt. Tôi phải không ngừng thích nghi với những vấn đề khác nhau. Tôi là một con kỳ nhông nghiện hút.

Tôi biết rằng bạn sẽ chẳng tin tôi nhưng tôi đến với nghề này không phải chỉ vì tiền. Tôi thích sáng tạo ra các câu chữ. Không có công việc nào cho ta nhiều quyền lực với chữ nghĩa bằng công việc này. Chuyên gia quảng cáo chính là tác giả của những câu châm ngôn bán ra tiền. Tôi có thể căm hận đến tận xương tủy những gì mà tôi trở thành, nhưng sự thật vẫn là sự thật: chỉ có trong nghề chúng tôi, người ta có thể tranh luận gay gắt hàng ba tuần liền về một tính từ nào đó. Khi Cioran viết: "Tôi mơ về một thế giới, nơi người ta có thể chết vì một dấu phẩy", có lẽ ông đã không nghĩ rằng mình đang viết về thế giới của những người làm viết lời quảng cáo.

Chuyên viên viết lời quảng cáo làm việc trong nhóm với giám đốc mỹ thuật. Các giám đốc mỹ thuật cũng tìm ra một mánh để trở thành những nhân vật hợm mình, lập dị: họ gọi mình là những "AD"[14]. Họ có thể gọi mình bằng cái tên đơn giản "DA", nhưng không, họ thích dùng "AD" hơn vì dù sao từ này cũng sang hơn. Thôi được, tôi sẽ không giải thích với bạn những mánh mung trong ngành quảng cáo. Nếu muốn, hãy đọc những câu chuyện cổ bằng tranh của Lauzier hay xem các vở hài kịch vào thập niên 70 trên tivi (thường vào các buổi tối chủ nhật), trong đó Pierre Richard thường thủ vai các chuyên gia quảng cáo. Thời đó, quảng cáo thường hay gây cười. Ngày nay, nó chẳng còn khiến cho người ta cười nữa. Những câu chuyện cười đã chấm dứt. Giờ đây, trước mắt chúng ta là một nền công nghiệp sản xuất hùng mạnh. Còn công việc trong hãng quảng cáo cũng trở nên hấp dẫn như nghề kế toán vậy.

Nói ngắn gọn, đã qua rồi cái thời hoàng kim khi đám chuyên gia quảng cáo là những kẻ làm trò mua vui trơ trẽn. Kể từ đây, họ là những doanh nhân - nguy hiểm, tính toán và tàn nhẫn. Dân chúng bắt đầu nhận ra điều này: họ quay mũi tránh những đoạn phim quảng cáo của chúng ta, xé các tờ bướm quảng cáo của chúng ta, né tránh những tấm áp phích quảng cáo tại các bến xe buýt. Phản ứng này được gọi là hội chứng sợ quảng cáo (publiphobie). Vì quảng cáo như con bạch tuộc bám chặt tất cả và sở hữu thế giới. Bắt đầu với trò đùa, giờ đây quảng cáo điều khiển cuộc sống của chúng ta: quảng cáo tài trợ cho truyền hình, chỉ huy báo chí, ra lệnh cho thể thao (không phải Pháp hòa Brazin ở trận chung kết giải vô địch bóng đã thế giới mà là Adidas thắng Nike đấy nhé!), tạo nên xã hội, gây ảnh hưởng tới giới tính, ủng hộ sự phồn thịnh. Hãy thử xem một vài con số nhé?

Năm 1998, đầu tư quảng cáo trên thế giới đạt mức 2340 triệu phờ-răng (nếu quy ra euro thì khoản tiền này cũng khá ấn tượng). Và tôi có thể cam đoan với bạn rằng, với khoản tiền như thế này thì mọi thứ đều có thể đem bán được hết - đặc biệt là linh hồn của bạn.

8.

Tôi day day lợi, mẹ kiếp, nó ngứa cả đêm lẫn ngày. Giờ đây, tôi cần không ít hơn bốn gờ ram bột trắng một ngày. Tôi bắt đầu cử thứ nhất lúc thức dậy, và kết thúc trước khi nhâm nhi ly cà phê sang đầu tiên. Tiếc là chúng ta chỉ có hai lỗ mũi, chứ không thì tôi sẽ hít nhiều hơn nữa: lão già Freud đã nói rằng, cocain có thể xua tan mọi nỗi buồn. Nó như loại thuốc gây mê, có thể gỡ bỏ hết mọi rắc rối. Tôi nhai thỏi singum suốt cả ngày như một loài động vật nhai lại. Hàng đêm, tôi tới các tụ điểm ăn chơi, nơi chẳng ai nhìn thấy.

Tại sao người Mỹ lại kiểm soát cả thế giới quảng cáo này? Bởi họ kiểm soát các phương tiện truyền thông. Tôi đầu quân cho hãng quảng cáo của Mỹ là bởi tôi biết Marc Marronnier từng làm việc ở đó. Hãng có tên là "Rosserys & Witchcraft", nhưng, để ngắn gọn hơn, người ta gọi nó là "Rosse". Đây là chi nhánh Pháp đầu tiên trên thế giới về quảng cáo, do Ed Rosserys và John Witchcraft thành lập năm 1947 tại New York (lợi nhuận ròng của hãng vào năm 1999 là 5,2 tỉ đô la). Văn phòng của chúng tôi được xây dựng có lẽ là vào thập niên 70 - cái thời mà các tòa nhà xây theo kiểu tàu thủy được coi là mốt. Ở đây có một cái sân phía trong khá to cùng những ống nước màu vàng khắp nơi - nói chung, đó là một kiểu pha trộn giữa Beaubourg - còn có tên Trung tâm Văn hóa Beonges Pompidou nổi tiếng ở thủ đô Paris 1977 và Alcatraz - Ngục đảo nổi tiếng là nơi giam giữ tù nhân kinh hoàng nhất thế giới ở San Francisco, mặc dù tòa nhà nằm ở khu Boulogne-Billancourt, và đương nhiên, nó còn lâu mới đuổi kịp được Madison Avenue ở New York. Sảnh văn phòng được trang trí bằng hai chữ viết tắt to tướng "R&W", xung quanh cơ man các loại cây xanh - đương nhiên bị làm bằng nhựa tổng hợp. Ở đó, đám cán bộ lăng xăng chạy tới chạy lui với cặp hồ sơ cắp nách. Đám con gái trông sạch nước cản đang nói chuyện qua điện thoại di động. Mỗi một người trong bọn họ đều có vẻ như đang thực hiện một sứ mệnh cao cả: người này mang lại vẻ

hoàn hảo cho nhãn hàng giấy vệ sinh, người kia tung ra một loại bột súp mới, người nữa thì lo “củng cố việc định vị sản phẩm ở phân khúc bơ thực vật”, kẻ thứ tư chịu trách nhiệm “nghiên cứu các trường tiêu thụ mới cho sản phẩm giò xông khói”... Có lần, tình cờ tôi bắt gặp một có nàng phưỡn bụng bên bộ phận thương mại đang khóc trong góc hành lang, (Đám đàn bà con gái bộ phận thương mại thường khóc trong những góc như thế này). Thế là tôi đóng vai một gã đàn ông thông cảm và mang cho cô nàng một cốc nước khoáng mát, một tờ khăn giấy Kleenex và thậm chí còn đưa tay vỗ mông nàng. Vậy mà công cốc đấy: cô ả gượng cười, nụ cười xanh xao, tôi hiểu rằng cô nàng cảm thấy xấu hổ vì đã rầu rĩ nỉ non trước một ai đó.

- Đêm qua, tôi mơ thấy một giấc mơ lạ. Dường như chân tôi tự đưa tôi đến Rosse. Tôi cố hết sức cưỡng lại nhưng hai chân cứ bước như ở chế độ tự động vậy... Mà thôi, mọi thứ ổn cả, anh đừng lo… Chắc nó cũng sẽ qua thôi.

Cô nàng đề nghị tôi không mách chuyện này với cấp trên của ả và quả quyết rằng ả ta mệt mỏi chẳng qua là đang bầu bí, thế thôi. Cô ả dặm lại chút phấn son rồi bước về phòng mình, đi nhanh như chạy. Chính lúc ấy, tôi nhận thấy rằng minh đang thuộc vào một giáo phái quỷ quái, cái thứ giáo phái đang biến đám đàn bà chửa thành lũ người máy han gỉ.

Marc Marronnier vỗ vào tay tôi như một kiểu chào hỏi.

- Xin chào nhà văn! Cậu vẫn đang viết cuốn tiểu thuyết bằng nguồn tiền của hãng quảng cáo để chê bai ngành quảng cáo chứ?

- Chứ còn thế nào nữa? Chính anh là người dạy cho tôi tất cả mà.

Thật tệ rằng, đó là sự thật. Marronnier là giám đốc sáng tạo của Rosse, ngoài ra, hắn còn kịp in sách, xuất hiện trên truyền hình, li dị vợ và phê bình tin học trên các tạp chí tai tiếng...Nói chung là hắn là kẻ

nhiều mánh và khuyến khích nhân viên dưới quyền cũng làm theo như vậy, như cách hắn nói là để “đầu óc khỏi tù túng” (tôi biết rằng, hắn làm vậy là cốt không để họ hóa điên). Trong nghề chúng tôi, Marronnier được coi là kẻ tụt dốc về chuyên môn nhưng đã từng một thời nổi đình đám với giải Sư tử Cannes, xuất hiện trên trang bìa của tạp chí “Chiến lược”, giật giải Grand Priz tại Câu lạc bộ các giám đốc sáng tạo...Hắn là tác giả của nhiều slogan nổi tiếng: “THẾ ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG CỦA BẠN HIỆU GÌ?” (cho Bouygues Telecom), “DÙ YÊU ÂM THANH VẪN CẦN THÊM HÌNH ẢNH” (cho MCM), “HÃY NHÌN VÀO MẮT EM ĐI, EM NÓI RẰNG - HÃY NHÌN VÀO MẮT EM” (cho đồ lót wonderbra.) “MỘT NỬA CỦA BẠN ĐANG THÈM KHÁT CÓ NÓ, NGHĨA LÀ NỬA CÒN LẠI CÓ THỂ CÂM LẶNG” (cho xe Ford). Nhưng nổi tiếng nhất vẫn là câu slogan này “CÀ PHÊ MAMIE? CÓ LẼ ĐÂU ĐÓ CÒN CÓ LOẠI CÀ PHÊ NGON HƠN. THẬT ĐÁNG TIẾC LÀ KHÔNG CÓ LOẠI TỐT HƠN”. Nghe tuyệt đấy, quỷ tha ma bắt! Thoạt nhìn, những câu này có vẻ như chẳng có gì đơn giản hơn thế, tuy nhiên, sáng tạo ra những cái “tít” như thế, hoàn toàn không hề đơn giản chút nào. Điều cơ bản trong những câu slogan này là sự thật trần trụi: “CÓ ĐIÊN MỚI CHI NHIỀU NỮA”, “NHỮNG GÌ Ở BÊN TRONG ĐỀU NHÌN THẤY ĐƯỢC Ở BÊN NGOÀI”, “NƯỚC, KHÔNG KHÍ, CUỘC SỐNG”, “BÁNH MÌ, RƯỢU VANG - CUỘC ĐỜI VIÊN MÃN”, “100% NGƯỜI TRÚNG ĐỀU ĐÃ THỬ VẬN MAY”, “KẾT NỐI TÀI NĂNG CHÚNG TA”, “ĐỜI QUÁ NGẮN MÀ LẠI CÒN ĂN MẶC BUỒN TẺ”, “MÙ TẠT “MAY” DÀNH CHO TẤT CẢ”, “SEB - DÀNH CHO BẠN VÀ CHỈ BẠN MÀ THÔI” “VÌ BẠN RẤT XỨNG ĐÁNG VỚI NÓ”, “ĐỪNG BỎ QUA NHỮNG MÓN HÀNG ĐƠN GIẢN!” “MƯỜI GỜ RAM TẾ NHỊ TRONG MỘT THẾ GIỚI VŨ PHU”, và dĩ nhiên “JUST DO IT”, câu slogan hay nhất trong lịch sử kinh doanh, cho dù câu slogan mà tôi thích vẫn là “HYUNDAI. PREPARE TO WANT ONE”. Đây là câu trung thực nhất trong tất cả các câu khẩu hiện. Ngày xưa, khi tra tấn tù nhân, người ta hét vào mặt nạn nhân “Mày phải mở miệng ra”; còn

ngày nay, thì người ta lại hét "mày phải muốn". Nỗi đau này nhức nhối hơn, vì nó sát thương hơn.

Marronnier rất tỏ tường mọi chuyện trong nghề. Hắn đã truyền cho tôi những quy tắc bất thành văn trong nghề quảng cáo, những quy tắc mà bạn không bạn giờ được học ở trường Quảng cáo. Và tôi đã in những điều này lên một tờ A4 rồi cắm lên trên laptop của mình.

Mười điều răn của chuyên gia sáng tạo

l) Một nhân viên sáng tạo có kinh nghiệm tiếp xúc không phải với người tiêu dùng mà là với vài chục người ở Paris - những kẻ có thể thuê anh ta về làm việc (với chức giám đốc sáng tạo của 20 hãng quảng cáo tốt nhất).

Việc giành được một giải ở Cannes hay ở Câu lạc bộ các giám đốc sáng tạo còn quan trọng hơn là giúp khách hàng chiếm giữ được thị phần.

2) Ý tưởng đầu tiên là thứ thành công nhất nhưng phải biết chờ đợi khoảng ba tuần trước khi trình bày ý tưởng đó cho khách hàng.

3) Quảng cáo là nghề duy nhất, nơi người ta được trả lương để làm việc tệ hơn. Nếu bạn trình bày một ý tưởng tuyệt diệu, còn đơn vị quảng cáo lại muốn báng bổ nó thì trước tiên hãy nghĩ đến đồng lương của mình, hãy nhắm mắt nghe họ nhắc nhở, nhanh chóng trét thêm một chút cứt đái nào đó (chừng ba chục giây) rồi phắn đến Miami hay ở Captown để quay phim quảng cáo.

4) Luôn xuất hiện trong các cuộc họp muộn hơn thời gian được ấn định. Một nhân viên sáng tạo mẫu mực đúng giờ là kẻ không đáng tin cậy. Khi bước vào phòng họp, nơi người ta chờ bạn đã bốn mươi lăm phút, không cần xin lỗi mà tốt hơn hãy nói "Xin chào, tôi chỉ có đúng ba phút dành cho các vị thôi đấy". Hoặc dẫn câu nói này của Roland

Barthes "Chúng ta không phải bán giấc mơ mà là bán ý nghĩa" (Phương án khác, câu trích dẫn của Raymond Loewy, nghe không được "phê" bằng "Đồ xấu làm sao bán chạy"). Lúc đó, khách hàng sẽ đồng ca cho rằng, bạn hoàn toàn xứng đáng với số tiền của họ. Đừng bao giờ quên rằng các đơn vị quảng cáo tìm đến các hãng quảng cáo là vì họ không có khả năng đưa ra ý tưởng, họ đau khổ về điều đó và muốn sự giúp đỡ của chúng ta. Bởi vậy, các chuyên gia sáng tạo cần phải coi thường, khinh miệt họ - tất cả cái đám phụ trách thương hiệu là những kẻ mắc chứng khổ dâm ghen tị. Họ trả lương cho chúng ta cốt để chúng ta làm nhục họ.

5) Nếu như dự án của bạn chưa được chuẩn bị, bạn hãy phát biểu sau cùng và đừng ngần ngại nhắc lại những gì thiên hạ đã múa miệng trước đỏ. Trong mọi cuộc hội họp, kẻ nói sau cùng luôn là kẻ đúng. Đừng bao giờ được quên rằng, mục đích chính của một cuộc họp là để cho những kẻ khác đến làm nền cho mình.

6a) Sự khác nhau giữa nhân viên cấp cao và nhân viên cấp thấp thể hiện ở chỗ, nhân viên cấp cao được trả lương nhiều hơn trong khi làm việc ít hơn. Càng được trả lương hậu hĩnh bao nhiêu, bạn cũng được thiên hạ lắng nghe, và thiên hạ càng lắng nghe thì bạn càng phải nói ít đi. Trong nghề này, phải nắm vững một số điều quan trọng, vì càng nói nhiều bao nhiêu, bạn càng phải ít mồm ít miệng bấy nhiêu. Kết luận rút ra là: để bàn một ý tưởng cho GĐST (Giám đốc sáng tạo), nhân viên sáng tạo cần phải thật BÀI BẢN để khiến cho giám đốc sáng tạo tin rằng chính ông ta mới là người đề ra cái ý tưởng đó. Muốn vậy, bạn cần bắt đầu buổi thuyết trình của mình bằng những câu kiểu như "Tôi đã suy nghĩ nhiều về những gì mà anh nói với tôi hôm qua" hay "Tôi lao vào ý tưởng mà hôm kia anh chia sẻ..." hay "Tôi quyết định đi theo cách mà anh đã từng đề cập đến...", trong khi ai mà chẳng biết là gã giám đốc kia chẳng hề "nhả ngọc phun châu" gì ngày hôm qua, hôm kia và càng không phải cách này cách nọ gì hết.

6b) Một cách khác để nhận ra sự khác biệt giữa một nhân viên cấp cao và một nhân viên cấp thấp - nhân viên cấp thấp “phát” ra những câu pha trò sắc sảo - những câu chẳng khiến cho mọi người cười, trong khi cấp trên lại thò ra những câu nghe chẳng hài hước chút nào nhưng lại khiến cho tất cả đều cười ngoác miệng.

7) Chăm chút vun trồng chủ nghĩa vắng mặt, hãy đến nơi làm việc vào buổi trưa, đừng bao giờ trả lời khi đồng nghiệp chào hỏi, ăn trưa suốt ba tiếng đồng hồ, đừng trả lời điện thoại. Nếu người ta trách cứ bạn về chuyện này, hãy nhắc đi nhắc lại với họ rằng “Một nhân viên sáng tạo không có giờ giấc mà chỉ có thời hạn thôi “

8) Đừng bao giờ hỏi ý kiến người khác về chiến dịch quảng cáo. Nếu tham khảo ý kiến người khác, bạn sẽ có nguy cơ LUÔN mạo hiểm trong việc nghe theo hắn. Và nếu đã nghe hắn ta, sẽ RẤT CÓ THỂ bạn còn cần phải chú trọng đến hắn.

9) Mỗi một nhân viên đều thực hiện công việc của cấp trên. Cậu bé tập sự đảm nhiệm công việc của gã nhân viên ý tưởng, gã này lại làm công việc của Giám đốc sáng tạo, rồi gã giám đốc này lại làm công việc của vị Chủ tịch. Chức vụ của bạn càng cao, bạn càng phải làm ít việc (xem điều răn thứ 6). Jacques Séguéla đã sống không đến nỗi tệ chừng vài chục năm bằng nguồn lợi tức cổ phần từ câu slogan “Sức mạnh yên bình” - câu khẩu hiện do Léon Blum tạo ra nhưng đã được hai gã sáng tạo vô danh tiểu tốt của hãng làm cho hồi sinh trở lại. Philippe Michel được công chúng biết đến với quảng cáo “MAI TÔI LỘT BỎ PHẦN TRÊN, MAI TÔI LỘT BỎ PHẦN DƯỚI” vốn là ý tưởng của Pierre Berville, nhân viên cấp dưới của hắn. ĐÙN ĐẨY công việc của mình cho cậu bé tập sự: nếu thành công, bạn sẽ được vinh danh, Còn nếu thất bại, người ta sẽ tống cổ thằng bé ấy, còn bạn thì bình an vô sự. Đám tập sự là những tên nô lệ thời hiện đại: không thù lao, mọi chế độ có thể bị cắt xén bất cứ lúc nào, khả năng bị đuổi việc luôn rình rập, đứa bưng bê cà phê, đứa lăng xăng quanh máy photocopy hay máy fax - nói chung,

đám này được coi như loại đồ dùng một lần rồi bỏ, hệt như những chiếc lưỡi dao cạo Bic vậy.

10) Khi một gã đồng nghiệp trong bộ phận sáng tạo trình bày cho bạn một slogan đắt giá, điều trước hết cần lưu ý là đừng vội khen hắn ta. Ngược lại, hãy nói với hắn ta rằng, cái ý tưởng đó chán ngắt và cũ xưa như Trái Đất, từng được thực hiện đến cả nghìn lần rồi hoặc được chôm chỉa từ một chiến dịch quảng cáo cũ rích của người Anh. Ngược lại, nếu gã trình cho bạn một slogan vô tích sự đến mức chán ngắt thì bạn hãy bảo gã rằng "tớ thích cái ý tưởng này" và làm ra vẻ rất mong muốn thực hiện...

Giờ đây, trở thành Giám đốc sáng tạo của công ty, Marronnier đã quên hết sạch những điều răn này. Khi các nhân viên sáng tạo dưới quyền trình cho gã xem xét một kế hoạch cho chiến dịch quảng cáo, gã làu bàu "không sao" hay "cái gì-ì-ì?". "Không sao" nghĩa là dự án được phê duyệt và tác giả của nó sẽ được đề bạt thăng chức vào cuối năm, còn "cái gì-ì- ì?" có nghĩa là bạn phải tìm phương án khác nếu không muốn bị tống ra khỏi cửa một cách nhanh nhất. Nói chung, công việc của giám đốc sáng tạo chẳng có gì là vất vả, đơn giản bạn chỉ cần biết mở miệng làu bàu đúng lúc, hoặc "không sao" hoặc "cái gì-ì-ì?" là xong. Đôi khi tôi tự hỏi, không biết thằng cha Marc có tuyên bố hú họa như vậy không?

Marc cảm động nhìn tôi trước khi cắt đứt dòng suy nghĩ của tôi:

- Hình như sáng nay cậu giở trò khỉ gì ở công ty hả?

Tôi liền bung ra đoạn độc thoại tràng giang đại hải này cho gã trong khi tay vẫn gõ vào bàn phím để bạn vẫn có thể đọc được:.

- Nghe này, Marc, anh biết đấy, TẤT CẢ cái đám nhân viên sáng tạo đều khùng hết cả rồi - công việc của lũ chúng ta chán quá đi mất, mỗi một chúng ta đang cố khạc vào họng của bạn mà bạn thì cứ để

mặc, mà trò này lại càng ngày càng tệ đi. Khách hàng chính của chúng ta chỉ là cái sọt rác không hơn không kém mà chúng ta thì đang quần quật làm cho nó. Hãy thử ngó cái diện mạo nhẫn nhục của cái đám nhân viên quảng cáo già cỗi, ngắm nhìn những cặp mắt trống rỗng của họ xem. Khi những câu sogan của chúng ta bị chối từ thì mộng tưởng của chúng ta cũng từ đây vỡ tan, cho dù chúng ta có vờ vịt làm ra vẻ bất cần - và vấn đề này luôn day dứt chúng ta. Chúng ta trở thành những kẻ sĩ thất bại, đã vậy, người ta còn buộc chúng ta phải nuốt hết tự ái vào lòng và nhét ma két hỏng vào đầy ngăn kéo. Có thể anh sẽ bảo tôi rằng: thế vẫn còn hơn chán vạn kiếp trâu ngựa dưới nhà máy. Nhưng một gã công nhân thì ít ra còn biết rằng, hắn đang sản xuất ra một cái gì đó hữu hình, sờ mó được, trong khi gã nhân viên sáng tạo thì đang phải “rặn” ra mớ câu chữ nghe đao to búa lớn cùng những tên gọi lố bịch - những thứ chỉ góp phần nuôi béo đám gái làng chơi của tác giả. Hơn nữa, tất cả chúng ta ở đây đều là những kẻ nghiện rượu, và nếu không nghiện hút thì cũng mắc chứng trầm cảm. Cứ đến giữa chiều lại tụ tập, ăn nói hàm hồ, đánh bạc trên mạng suốt hàng giờ hay hút hít. Nói chung, mỗi đứa trong chúng ta đều có một cách giải trí riêng. Mới đây thôi, thậm chí tôi còn trông thấy một gã chập mạch bắt chước người mộng du chủ trò đi trên một cây sào cao mười lăm mét. Còn tôi thì máu mũi chảy, răng khua lập cập, má co giật, mồ hôi vã ra khắp mặt. Nhưng, nhân danh đám đồng nghiệp ô hợp này, tôi xin nói với các vị rằng: cuốn sách của tôi sẽ là công cụ trả thù cho tất cả những ý tưởng đã bị giết hại.

Marronnier nghe tôi với điệu bộ thông cảm, hệt như vị bác sĩ đang sắp sửa báo tin cho bệnh nhân biết kết quả thử nghiệm HIV là dương tính vậy. Đợi tôi kết thúc màn độc thoại dài lòng thòng, gã lên tiếng:

- Thế sao cậu không xin thôi việc đi nhỉ? – Gã nói rồi bước ra khỏi phòng.

Nhưng không, đừng có tưởng bở, xin thôi việc ư, còn khướt đấy! Thôi việc ư - chuyện đó nghe giống như việc bạn tuyên bố đầu hàng

khi hiệp boxing còn chưa kết thúc. Còn tôi thì chỉ thích kết thúc mọi việc bằng cú knock-out để rồi người ta khiêng tôi đi trên một chiếc cáng. Hơn nữa, Mark đã nói dối: chẳng ai ở đây muốn nhả tôi ra, và nếu tôi chuồn khỏi đây, giống như trong bộ phim Tù nhân, sẽ có khối kẻ luôn mồm thắc mắc "Tại sao anh lại xin thôi việc?" Tôi luôn tự hỏi mình, tại sao đám trưởng thôn của cái Làng không biên giới lại luôn đặt câu hỏi này ra với nhân vật Số 6 trong bộ phim đó. Nay thì tôi hiểu. Bởi vì trong cái thế giới đang bị đe dọa bởi nạn thất nghiệp cùng sự sùng bái lao động, vấn đề cơ bản nhất chũm là câu hỏi: "TẠI SAO ANH LẠI XIN THÔI VIỆC?". Tôi nhớ là, trong mỗi tập phim, tôi đều rất thích nụ cười ranh mãnh của Patrick McGoohan khi nói "Tôi không phải là một tiết mục mà là một người tự do!" Ngày nay, tất cả chúng ta đều là nhân vật Số 6 trong bộ phim Tù nhân. Tất cả chúng ta đều chiến đấu đến hơi thở cuối cùng cốt để được có tên trong HĐLTVTH (Hợp đồng Lệ thuộc Vô thời hạn). Và cứ thử bỏ việc rồi phắn ra ngoài đảo với đám ca ve nghiện cần sa mà xem: một chiếc bong bóng trắng hiện lên từ bãi cát với dấu hỏi "TẠI SAO ANH LẠI THÔI VIỆC?" và buộc bạn quay trở lại văn phòng làm việc ngay.

9.

Trong khi đó, những bức poster khổng lồ về sản phẩm được trưng lên các bức tường, các trạm xe buýt, các tòa nhà, mặt đất, trên xe tắc xi, xe tải, mặt tiền các cao ốc, thang máy, trên đồ đạc, máy đổi tiền, trên mọi phố phường và thậm chí ở cả nông thôn. Cuộc sống đang ngập trong biển xu chiêng, keo chải tóc, dầu gội đầu chống gàu và dao cạo râu. Chưa bao giờ trong lịch sử loài người, mắt chúng ta lại phải làm hỏi nhiều đến thế: các thống kê cho thấy rằng, mỗi một chúng ta từ lúc ra đời cho đến khi 18 tuổi trung bình có tới 350.000 lần nhìn thấy quảng cáo. Thậm chí ngay ở bìa rừng hay cổng làng, trong lòng thung lũng hoang vắng, trên đỉnh núi phủ đầy tuyết trắng hay trong khoang cáp treo, đập vào mắt bạn là những logo "Castorama", "Bricodécor", "Vô địch Midas" và "Chợ Quần áo". Sẽ chẳng bao giờ cặp mắt của

homo consommatus[15] được thảnh thơi. Ngay cả sự tĩnh lặng cũng đang dần biến mất. Chẳng ai có thể trốn thoát khỏi phát thanh, truyền hình. Những câu slogan quảng cáo ầm ĩ có lẽ cũng sắp chui vào quấy rầy các cuộc trò chuyện điện thoại riêng tư của bạn. Phát minh này thuộc về Bouygues Telecom: bạn sẽ không phải trả cước điện thoại nếu cho phép họ chen quảng cáo sau mỗi 100 giây. Hãy thử hình dung xem: chuông điện thoại vang lên, cảnh sát giao thông thông báo cho bạn biết con bạn vừa tử nạn trong một vụ tai nạn giao thông, và trong khi bạn khóc lóc thảm thiết thì ở đầu dây bên kia, một giọng hát vang lên: "Với Carrefour, tất cả sẽ tuyệt vời". Nhạc thang máy vang lên khắp nơi chứ không chỉ trong thang máy. Điện thoại di động réo điếc tại trong các đoàn tàu cao tốc, nhà hàng, nhà thờ, thậm chí đến cả các tu viện dòng Thánh Benoit cũng khó mà chống cự lại mớ âm thanh váng óc đó. (Tôi biết rõ điều này vì đã từng trải nghiệm) Theo các nghiên cứu có nhắc đến ở trên, trung bình một công dân phương Tây nghe tới 4.000 thông điệp quảng cáo mỗi ngày.

Con người ta đã tiến vào hang động của Platon. Triết gia Hy Lạp đã mô tả những người bị xiềng xích trong một hang động, họ ngắm nhìn bóng của thực tại trên vách tường ngục tối. Hang động Platon đã tìm thấy sự hiện thân của mình trong thực tế ngày nay: giờ đây, nó có tên gọi là truyền hình. Ở đó, trên màn hình, chúng ta có thể khám phá thực tế có tên gọi "Canada Dry": nó giống với hiện thực, nó có màu sắc của hiện thực nhưng không phải là hiện thực. Logos[16] trên các vách đã ẩm ướt của hang động đã phải nhường chỗ cho các logo thương hiệu. Loài người đã phải bỏ ra hai nghìn năm để đến được nơi này.

Còn bây giờ là quảng cáo!

CẢNH DIỄN RA Ở JAMAICA.

BA MÔN ĐỒ ĐẠO RASTA (MỘT ĐẠO HUYỀN BÍ), NẰM DÀI DƯỚI NHỮNG GỐC CÂY DỪA, MẶT VÙI DƯỚI MỚ TÓC TAI

KIỂU ĐẶC THÙ CỦA ĐẠO NÀY. RÕ RÀNG LÀ HỌ ĐÃ HÚT NHỮNG ĐIẾU THUỐC PHIỆN GANJA TO TƯỚNG VÀ ĐANG PHÊ THUỐC. MỘT MỤ DA ĐEN ỤCH ỊCH ĐẾN BÊN HỌ VÀ KÊU LÊN:

- ÊI, CÁC CHÀNG TRAI, CHƯA ĐẾN GIỜ DẬY LÀM VIỆC HAY SAO!

BA MÔN ĐỒ HÀNH ĐẠO VẪN KHÔNG HỀ HAY BIẾT. HỌ CHẲNG CÒN SỨC LỰC ĐỂ CỰA QUẬY NỮA. HỌ NGÂY NGÔ CƯỜI VỚI MỤ BÉO RỒI NHÚN VAI NHƯNG MỤ KIA VẪN LẢI NHẢI:

- ĐỨNG DẬY, HẾT GIỜ NGỦ TRƯA RỒI! ĐẾN GIỜ DẬY LÀM VIỆC RỒI CÁC CHÀNG TRAI!

THẤY BA MÔN ĐỔ VẪN ÁN BINH BẤT ĐỘNG, MỤ BÉO ĐÁNH TƯƠNG CÁ HŨ DANETTE LÊN MẶT MŨI ĐÁM KIA. NHÌN THẤY KEM SÔ CÔ LA TRÁNG MIỆNG, BA MÔN ĐỒ RASTA ĐỨNG PHẮT DẬY, CA MỘT BÀI CỦA BOB MARLEY: "GET UP, STAND UP!". HỌ VỪA NHẢY MÚA TRÊN BÃI BIỂN VỪA THƯỞNG THỨC MÓN KEM TRÁNG MIỆNG.

TIẾP THEO LÀ PACKSHOT "DANETTE" VỚI DÒNG SLOGAN "VÌ DANETTE, TẤT CẢ ĐỀU ĐỨNG BẬT DẬY".

II. Mày

"Người ta có thể phát minh ra những điều quý báu trong "Tư tưởng" của Pascal cũng như trong quảng cáo xà phòng".

Marcel Proust

1.

Tối hôm ấy mày không chợp mắt được. Kể từ lúc Sophie ra đi, mày luôn buồn chán vào cuối tuần như đồ chó chết. Một giai đoạn đau khổ ập đến. Mày xem *The Grind* trên MTV. Cả nghìn cô nàng mặc bikini và áo phông hở rốn đang uốn éo trên một sàn nhảy hoành tráng ngoài trời ở South Beach (Miami). Đám da đen to vật vã ghì chặt các cô nàng vào thân hình sô cô la bóng nhẫy của mình. Tiết mục đơn giản, chẳng có gì để nói tôn vinh vẻ đẹp hình thể cũng như cổ vũ cho cái gọi là techno. Tất cả chúng ta mãi mãi phải là 16 tuổi. Phải đẹp đẽ, trẻ trung, thể thao, rám nắng, tươi cười và hòa theo tiết tấu, nhịp điệu! Đương nhiên là phải điên khùng hết sức, nhưng phải vui vẻ, thuận hòa dưới ánh mặt trời Florida. Quần áo phải bó sát. *The Grind* là một thế giới khác, một thế giới lý tưởng, bãi biển tuyệt hảo, điệu nhảy tuyệt vời. Mà Grind, trong tiếng Anh có nghĩa là NGHIỀN NÁT. Chủ nghĩa nghiền nát trẻ trung và có tổ chức trật tự này gợi cho mày nhớ tới bộ phim *Chiến thắng của Ý chí* do Leni Riefenstahl đạo diễn (hay tác phẩm điêu khắc của Arno Breker).

Thỉnh thoảng, phía hậu trường, một cô nàng không biết mình đang bị quay phim, ngoác miệng ngáp và thở hổn hển. Khi thấy ống kính camera quay cận cảnh, cô ả vội vàng tạo dáng, ra vẻ khiêu gợi, hệt như một cô nàng diễn viên khiêu dâm, giả nai mút ngón tay. Trong một giờ

đồng hồ bất tận, mày vừa được khám phá thứ chủ nghĩa phát xít bãi biển vừa tận hưởng thứ bột trắng. Để không còn chảy máu mũi, mày dùng thẻ credit "Premium" nghiền bột ma túy lên tấm gương. Cần phải biến các tinh thể thành thứ bột nghiền mịn như vậy. Bột ma túy càng mịn bao nhiêu thì niêm mạc của mày càng phê bấy nhiêu. Chính cái thứ bột trắng này là cuộc sống của mày. Khi phê thuốc với cái ống hút bằng vàng, mày ngửa đầu ra sau để hạn chế không cho bột rơi vào niêm mạc mũi. Khi cảm thấy vị ma túy thân thuộc ngấm vào cổ họng, mày tợp một ngụm vodka to tướng có ngâm thuốc bổ để tránh hắt hơi. Sau chứng dị ứng cỏ khô, mày khai sinh ra một căn bệnh mới: dị ứng cocain (triệu trứng: lỗ mũi hoại tử, sổ mũi kinh niên, giật quai hàm, tấm thẻ credit màu xanh hảng "Premium" dính đầy bột trắng xung quanh mép). Sau đó thì mày lừng phừng lơ lửng và phê suốt mấy ngày weekend.

Ma túy… mày đã nhìn thấy nó đến với mày ra sao rồi. Ban đầu, mày chỉ nghe người ta bàn về nó:

- Suốt mấy ngày nghỉ, bọn tôi chỉ hít Corinne thôi.

Sau đó, mấy mống người quen của bạn mày đề cập thẳng mà không cần vòng vo tam quốc:

- Ông muốn hít không?

Đám người này đã trở thành nhà cung cấp heroin cho mày như vậy đó. Sau đó, có kẻ nào trong đám tắc tử vì quá liều, kẻ khác ngồi bóc lịch sau song sắt. Ban đầu, mày tò mò hít thử xem cái thứ bột trắng này ra làm sao, dần dần mày chuyển sang hít vào cuối tuần rồi thành nghiện và lừng phừng kể cả ngày thường. Rồi quên mất rằng, thứ bột trắng này là bữa tiệc triền miên, hằng ngày mày lừ đừ ngay từ sáng sớm để khỏi phát điên, mày muốn gào rít lên nếu như phát hiện ra trong đó có trộn thuốc xổ ruột, mày sẽ muốn hắt xì hơi nếu biết trong đó có trộn strychnine. Nhưng mà đừng có than vãn gì: nếu thiếu cái thứ bột trắng

này, mày sẽ buộc phải giải trí bằng trò nhảy dây trong bộ quần áo dệt kim màu xanh huỳnh quang, trượt patanh với những tấm độn bảo vệ đầu gối nom thật lố bịch, hát karaoke trong một nhà hàng kiểu Tàu, đánh đập lũ dân điên theo chủ nghĩa phát xít với đám đầu trọc, tập luyện thể dục thẩm mỹ với mấy gã trung niên thân hình săn chắc, chơi xổ số thể thao một mình, nghiên cứu tâm lý học trên một chiếc đi văng, đánh xì póoc với đám đầu trộm đuôi cướp, lướt net, chơi trò bạo dâm, thực hiện chế độ ăn kiêng, nốc uýt ki một mình trong bốn bức tường, làm vườn, trượt tuyết, sưu tập tem, theo đạo Phật, (theo kiểu đơn giản của phương Tây), chơi trò chơi điện tử loại bỏ túi, gia nhập nhóm thợ thủ công "Những đôi bàn tay khéo léo" hay nhậu nhẹt trong các bữa tiệc linh đình. Mỗi một kẻ trong chúng ta cần có thú vui của mình để "xả stress". Tuy nhiên, như mày thấy đấy, trên thực tế, con người ta đang cố để tồn tại và để khỏi phải hóa điên. Kể từ khi sống một mình, mày thường xuyên thủ dâm mỗi khi xem băng khiêu dâm. Lúc nào mày cũng thủ những mẩu khăn vệ sinh Kleenex ở đầu ngón tay. Khi thoát khỏi Sophie, mày vẫn còn kịp thông báo cho nàng biết rằng mày thích đám gái ăn sương hơn.

- Anh thề với em: em là người duy nhất mà anh muốn lừa dối.

Điều này đã xảy ra như thế nào? À, khi mày đang ăn tối với nàng tại nhà hàng thì bỗng dưng Sophie thông báo rằng nàng đã dính bầu mà chủ nhân của bào thai không ai khác ngoài mày. Ừm, thậm chí bây giờ thật là khiếp hãi khi nhớ lại. Và bất ngờ, mày buông ra một màn độc thoại dài lê thê. Mày đã trút xuống đầu nàng những lời mà tất cả đám thanh niên trên thế gian mơ ước được tuôn ra với đám nhân tình đã trót dính bầu với chúng:

- Chúng ta cần phải chia tay nhau thôi… Tha lỗi cho anh… và xin em đừng khóc!... Anh chỉ mong một điều, rằng chúng ta sẽ chẳng bao giờ gặp lại nhau… Anh sẽ chết trong cô độc ở một chốn nào đó như con chó hoang… Hãy rời xa anh và làm lại cuộc đời khi em còn xinh đẹp… Hãy rời xa anh ra… Hãy tin rằng anh đã cố gắng níu kéo bằng

tất cả sức lực của mình, nhưng anh không còn đủ sức nữa… Anh ngột ngạt lắm rồi, anh không có quyền trở thành kẻ hạnh phúc… Anh chỉ cần những người đàn bà lang chạ cùng sự cô độc thôi… Anh chỉ muốn đi du lịch một mình khắp các thành phố xa lạ. Anh không có khả năng nuôi dạy đứa trẻ bởi anh cũng là một đứa trẻ con mà thôi. Anh là con của chính bản thân mình. Mỗi buổi sáng thức dậy, anh được sinh ra anh trên cõi đời này… Anh đã không có bố thì làm sao em lại muốn anh trở thành ông bố được chứ… Anh không cần đến tình yêu của em… Anh…

Nói tóm lại, đây là một loạt câu liên tiếp được bắt đầu bằng từ “anh”. Sophie trả lời:

- Anh đúng là đồ quái vật.

- Ừ, anh là quái vật, vậy mà em lại yêu anh thì em cũng ngớ ngẩn như vợ chưa cưới của Frankenstein[17] thôi. Sophie hằn học nhìn mày rồi đứng lên và vĩnh viễn bước ra khỏi đời mày. Và lạ lùng, khi nàng nức nở bước ra khỏi nhà hàng, mày lại có cảm giác rằng, dường như mày đang trốn chạy chứ không phải là nàng. Mày hít vào rồi thở ra và cảm nhận “sự dễ chịu đê tiện” – cái cảm giác thường được kết thúc sau mọi cuộc chia tay và rồi sau đó mày viết lên khăn giấy như thế này: “Những cuộc chia ly đó là tình yêu theo hiệp ước Munich” và “những gì mà người đời gọi là nhẹ nhàng, dịu dàng thì tôi gọi là nỗi sợ hãi của cuộc chia tay” và “Đàn bà là những thực thể mà hoặc là ta bỏ rơi họ, hoặc là ta sợ phải bỏ rơi họ”. Hay nói cách khác, nếu bạn không bỏ được họ thì rốt cục, họ sẽ khiến bạn khiếp vía.

Khi một cô gái báo tin cho chàng trai của mình biết nàng đang mang thai đứa con của anh ta thì câu hỏi mà gã kia đặt ta NGAY LẬP TỨC cho hắn không phải là “Mình có cần đứa bé không?” như bạn nghĩ mà là một câu hỏi hoàn toàn khác “Mình có nên ở lại với nàng này không đây?”

Cuối cùng thì sự tự do cũng chỉ là khoảnh khắc khó khăn nhưng ngắn ngủi. Tối hôm đó, mày quyết định quay trở lại quán Bar Biturique, cái nhà thổ quen thuộc của mày. Ở Pháp, nhà chứa nói chung là bị cấm đoán, nhưng riêng tại Paris thì ít nhất có không dưới dăm chục địa chỉ như vậy. Ở đó, mày sẽ được tất cả đám con gái tôn thờ ngay khi bước chân vào. Đám gái này được phân biệt bởi hai ưu điểm cơ bản:

1) Xinh đẹp.

2) Không thuộc sở hữu của mày. Mày gọi sâm banh, mời cả đám thưởng thức, vậy là các cô nàng bâu lấy mày, vuốt tóc, liếm cổ, lùa những móng tay dài vào ngực mày, qua lần áo sơ mi, mân mó khóa quần với cái của nợ cương cứng rồi thì thầm những câu tục tĩu vào lỗ tai mày:

- Con mèo con của em, em thèm… anh quá đi mất. Em thèm…

Và mày tin đám gái này, tin vào những lới họ nói. Mày quên rằng mày đang trả tiền cho họ. Tận sâu trong lòng mình, mày đang đoán rằng Joanna đơn giản là Janine, nhưng chừng nào chưa được ân ái đê mê cùng nàng thì mày cũng chẳng việc quái gì phải biết. Bây giờ mày đang là chú gà trống được tôn thờ giữa cái đám gà mái lộng lẫy. Tụ tập ngay trong lóng quán Bar Biturique, mày ngấu nghiến hôn hít những bộ ngực bơm silicon của đám gái làng chơi. Họ cưng chiều mày như mẹ nựng con. Họ dùng lưỡi liếm mặt mày. Mày cao giọng tự biện hộ cho mình:

- Để sửa xe, ta phải nhờ đến một gã thợ cơ khí lành nghề. Để xây nhà, nên tìm đến kiến trúc sư giàu kinh nghiệm. Nếu bị ốm, phải tới ngay phòng mạch bác sĩ giỏi. Thế thì tại sao tình yêu xác thịt lại không cần cậy đến chuyên gia lành nghề nhỉ? 95% sẽ bằng lòng qua đêm với bất cứ ai nếu được bo 10 nghìn phờ-răng. Mà chỉ cần chi nửa chỗ đó

thôi, bất cứ em nào cũng sẵn sàng bú mút mày. Cô ả sẽ làm ra vẻ không hài lòng và tuyệt đối không hé răng kể chuyện này với đám bạn thân, nhưng tôi dám cá với bạn rằng, chỉ cần 500 thôi là bạn đã có thể làm bất cứ trò gì mình muốn với cô nàng, thậm chí là với mức ít hơn thế. Ta có thể muốn bất cứ em nào thấy thích mắt, vần đề chỉ là giá cả mà thôi: các cô nàng liệu có dám từ chối bú mút nếu được trả một triệu, mười triệu hay trăm triệu không? Trong hầu hết các trường hợp, tình yêu chỉ là một thứ đạo đức giả: các cô nàng xinh đẹp yêu (họ tin rằng đó là tình yêu thành thật) đám đực rựa ví căng đầy tiền – những kẻ có thể mang lại cho các nàng một cuộc sống ngọt ngào sang trọng. Không kẽ họ khác đám gái điếm ư? Giống quá đi chứ.

Joanna và Sonia đồng tình với lập luận của mày. Cả hai cô luôn tán thành mớ lý luận sắc bén của mày. Mèo mả gà đồng gặp nhau thôi, ngay cả mày cũng vậy – mày cũng đang bán mình cho đám Đại Tư bản, hệt như đám gái ăn sương đấy thôi.

Thêm vào đó, chỉ có đám gái làng chơi này mới có thể đánh thức chức năng đàn ông trong con người mày, thậm chí cả khi mày đang phê ma túy và vào những lúc đó, mày chỉ còn có thể phát ra âm thanh be be như thế này:

- Đừng có để ý cọng rơm trong lỗ mũi người khác mà hay để ý đến cái của nợ cương cứng sau khóa quần của mày ấy.

Mày đóng vai một kẻ vô liêm sỉ mặc dù trên thực tế, mày không phải là kẻ như vậy. Mày đi tìm đám gái làm tiền không phải vì thói trơ trẽn mà trái lại – mày tìm họ bởi mày sợ hãi tình yêu. Đám gái ấy làm tình với mày mà chẳng hề có cảm giác gì, họ mang lại khoái cảm cho mày và chẳng hề khiến mày buồn lòng. "Sự thật là một khoảnh khắc của sự giả dối", Guy Debord đã viết như thế - sau Hegel – và hai người này thì đương nhiên là thông mình hơn mày rồi. Câu này miêu tả đúng tình trạng của các nhà thổ chứa gái làng chơi. Với đám gái này, sự giả dối là một khoảnh khắc của sự thật. Rốt cục, mày cũng thực sự là chính

mày. Trong xã hội của một người đàn bà "bình thường", ta cần phải không ngừng nỗ lực, tự khoe mẽ, tự đề cao, nói tóm lại là lừa dối: và lúc này, gã đàn ông mới chính là điếm. Đổi lại, trong nhà thổ, gã có thể thư giãn, chỉ cần tìm cách để mua vui, để tỏ ra hay ho hơn chính bản thân mình. Đây là chỗ giả dối duy nhất mà trên thực tế, hắn lại là kẻ thật thà, nghĩa là yếu đuối, đẹp đẽ và mong manh. Có lẽ sẽ không tồi nếu ta viết một cuốn tiểu thuyết với tựa đề "Tình yêu đáng giá 3000 phờ-răng".

Mày đốt tiền cho đám gái làng chơi nhằm tiết kiệm chính bản thân mình. Mày quá yếu đuối để có thể một lần nữa dám yêu với tất cả những hệ lụy kèm theo: tim đập mạnh, cảm xúc bộc phát, thất vọng bất ngờ. Giờ đây, đối với mày, cuộc phiêu lưu lãng mạn nhất chính là những chuyến viếng thăm nhà thổ. Chỉ những kẻ lý trí mới có nhu cầu trả tiền vì tình yêu nhằm tránh rủi ro đau khổ vì tình.

Ngoài tuổi 30, tất cả chúng ta đều bọc thép bản thân mình: trải qua không ít thảm họa yêu đương, đám tình nhân bỏ của chạy lấy người, gặp gỡ hẹn hò với đám khụ khị trông có vẻ đang tin cậy. Còn đám đực rựa chẳng buồn yêu nữa và đi tìm niềm an ủi ở những cô nàng lolita[18] bốc lửa hoặc đám gái làng chơi. Mỗi người tự đắp lên mình một vỏ bọc vờ vịt và chẳng ai muốn tỏ ra nực cười hay bất hạnh. Mày nuối tiếc cái thời tình yêu là hương thơm, mật ngọt và nó chẳng hề làm mày mảy may đau khổ. Vào năm 16 tuổi, mày tán tỉnh các cô bé, bỏ rơi họ (hoặc cũng có thể họ bỏ rơi mày) và những chuyện đó chẳng có gì là nghiêm trọng, chỉ cần giải quyết chóng vánh vài giây là xong. Vậy thì tại sao mọi chuyện dần dần trở nên quan trọng đến thế? Về lô-gic sự việc thì lẽ ra, mọi thứ phải theo thứ tự ngược lại: bi kịch thời niên thiếu và sự trống rỗng vào giai đoạn ngoài ba mươi. Nhưng, than ôi, mọi việc lại không phải như vậy! Càng già đi, người ta lại càng trở nên mềm yếu. Ở lứa tuổi 33, mày nhìn nhận mọi việc theo chiều nghiêm túc.

Sau đó, khi trở về nhà, mày uống thuốc ngủ và không mộng tưởng nữa. Chỉ lúc ấy, chàng trai tội nghiệp của tôi ơi, mày mới có thể quên nổi Sophie trong vài tiếng.

2.

Sáng thứ hai, mày đến văn phòng Rosse trên đôi chân nặng như chì, trong khi đầu đang suy tính về sự chọn lọc tàn nhẫn của Đấng tối cao Tiếp thị. Trước đây, chúng ta bán sáu chục loại táo khác nhau, vậy mà nay chỉ còn lại có ba (vàng, xanh và đỏ). Trước kia, người ta mất ba tháng để nuôi gà, nay chỉ cần 42 ngày là ta đã nhận thấy sự khác biệt giữa một quả trứng và một chú gà bọc giấy kính nằm trên kệ siêu thị. Mà 42 ngày ấy thật khốc liệt làm sao! (25 chú gà con chen chúc trong một mét vuông, được nuôi bằng kháng sinh và chất làm dịu thần kinh). Đến thập niên 70, người ta vẫn còn phân biệt được mười mùi vị khác nhau của phó mát ca-măm-be vùng Normandie, nay nhiều nhất chỉ còn ba (do tiêu chuẩn hóa sữa “nhiệt hóa”). Điều này đương nhiên chẳng phải là việc của mày nhưng nó là thế giới của mày. Trong chai Coca-Cola (một tỉ rưỡi phờ-răng ngân sách chi cho quảng cáo năm 1997), người ta không còn cho cocain vào nữa nhưng lại bổ sung axit phốt pho và axit xitric để tạo ra ảo giác hết khát cũng như thói quen sử dụng loại nước giải khát này. Bò sữa được nuôi bằng loại cỏ đặc biệt đã lên men, và cũng bởi vậy mà các chú bò mắc chứng xơ gan. Người ta còn nuôi chúng bằng kháng sinh nhằm tạo ra các loại vi-rút kháng thuốc. Các loại vi khuẩn này cư trú trong thịt bò. Tôi sẽ không nói đến loại bột xương gây ra bệnh bò điên ở bò, bởi báo chí đã viết về vấn đề này nhiều rồi. Trong sữa của những con bò này đầy chất dioxyn có lẫn trong cỏ. Cá nuôi cũng vậy. Chúng được nuôi bằng các loại bột cá (loại thức ăn này độc hại cho cá cũng như bột xương cho gia súc vậy) và các loại kháng sinh… Mùa đông, dâu tây chuyển đổi gien thậm chí không còn đông lạnh nữa nhờ gien từ một loại cá ở vùng biển bắc. Di truyền học đã lai gà với khoai tây, bò cạp với bông, chuột hang với thuốc lá, thuốc lá với rau xà lách, con người với cà chua.

Bên cạnh đó, đang xuất hiện ngày càng nhiều bệnh nhân ở độ tuổi ba mươi với chứng ung thư thận, ung thư dạ con, ung thư vú, ung thư hậu môn, ung thư tuyến giáp trạng, ung thư ruột, ung thư tinh hoàn, và các bác sĩ thì chẳng biết được nguyên nhân vì sao. Thậm chí trẻ con cũng dính bệnh: tại các thành phố lớn, con số trẻ em mắc chứng ung thư máu, u não, dịch đường hô hấp… ngày càng tăng. Theo giáo sư Luc Montagnier, việc xuất hiện bệnh AIDS được giải thích không chỉ bằng sự truyền vi rút HIV (do chính ông phát hiện) mà còn bằng những yếu tố bổ sung "có liên quan tới nền văn minh hiện đại của chúng ta" mà chính xác hơn, theo giáo sư, là sự ô nhiễm môi trường và thói quen ăn uống đã làm suy yếu các hệ phòng miễn dịch của con người. Càng ngày, chất lượng tinh dịch càng giảm xuống, và vấn đề sinh đẻ của loài người đang bị đe dọa.

Nền văn minh này dựa trên những mong muốn giả tạo do mày khơi nên và hâm nóng. Và nó đang sắp diệt vong.

Tại nơi mày làm việc có rất nhiều loại thông tin đang lưu hành, vì dụ, tình cờ mày biết rằng, có những loại máy giặt bền "trên cả tuyệt vời" mà không một nhà sản xuất nào muốn tung ra, rằng một ai đó đã sáng chế ra loại vớ mỏng không xổ sợi, nhưng một hãng lớn chuyên sản xuất loại vớ liền quần đã mua lại bằng sáng chế của người này nhằm hủy bỏ nó, rằng bằng sáng chế ra loại lốp xe không nổ cũng bị xếp xó, và cũng chính vì thế mà thần chết đã cướp đi sinh mạng của hàng nghìn người trong các vụ tai nạn giao thông hàng năm, rằng lobby dầu khí đang huy động hết quyền lực của nó nhằm trì hoãn việc phổ biến xe hơi điện (và điều này được trả giá bằng tỷ lệ khí các-bon trong khí quyển tăng lên, kéo theo sự nóng lên của trái đất mà chúng ta vẫn gọi là "hiệu ứng nhà kính" – điều này có lẽ sẽ là nguyên nhân gây ra vô số hiểm họa thiên tai từ nay đến 2050 như bão lốc, băng bắc cực tan chảy, mực nước biển dâng dao, các loại ung thư da, đó là chưa kể đến nạn thủy triều đen), rằng thậm chí ngay cả thuốc đánh răng cũng là một sản phẩm vô dụng vì tất cả vấn đề săn sóc răng miệng lại nằm ở bàn

chải đánh răng, còn thuốc đánh răng chỉ là thứ giúp làm thơm hơi thở, rằng tất cả các loại nước rửa bát đều hoàn toàn như nhau và máy rửa chén bát mới là công cụ chính trong việc vệ sinh chứ không phải là nước rửa chén, rằng các loại đĩa Compact cũng bị xước như đĩa làm bằng chất dẻo, rằng giấy kim loại độc hại hơn amiăng, rằng thành phần cấu tạo của các loại kem chống nắng vẫn không hề thay đổi kể từ cuộc chiến tranh thế giới thứ hai, mặc dù số u hắc tố đang ngày càng tăng vọt (các loại kem chống nắng chỉ bảo vệ được làn da khỏi tia cực tím UVB, còn đối với UVA độc hại thì chúng chẳng có tác dụng gì), rằng, các chiến dịch quảng cáo của Nestlé nhắm đến việc cung cấp sữa bột cho trẻ em ở các nước thứ ba đã gây nên cái chết cho hàng triệu thượng đế nhí bởi bố mẹ chúng pha sữa bằng thứ nước không thể uống được.

Sự thống trị thị trường phụ thuộc vào việc tiêu thụ sản phẩm, còn nghề của mày là thuyết phục người tiêu dùng chọn lựa sản phẩm chóng hư hỏng nhất. Các nhà công nghiệp gọi đó là "việc lập trình cho sự bào mòn đạo đức". Mày phải nhắm mắt làm ngơ và không cần băn khoăn day dứt gì. Đương nhiên mày có thể tuyên bố như Maurice Papon, rằng mày không hề hay biết hoặc không thể làm khác được, rằng mày đã cố ngăn lại quá trình này, rằng mày không nhất thiết phải trở thành một người anh hùng… Trong suốt cả chục năm, mày nằm im như thóc mà chẳng hề có chút đối phó nào với sự đê tiện này. Nếu không có mày, có thể mọi việc đã diễn ra theo cách khác. Có thể, lúc đó, cái ngành quảng cáo đang hiện diện khắp chốn khắp nơi và khiến con người ta lợm giọng, sẽ không còn hủ hóa được thế giới này. Trên các con đường không còn hiện diện những tấm biển hiệu mời gọi, ở các góc phố không còn cửa hiệu thức ăn nhanh, mọi người dạo chơi trên phố và trò chuyện với nhau thư thả. Cuộc sống không phải lúc nào cũng sẽ diễn ra như hiện tại, và mày cũng chẳng thể mong muốn sự bất hạnh giả tạo này. Cũng không phải mày là người sản xuất ra tất cả các loại xe hơi bất động kia (sẽ có 2 tỉ rưỡi chiếc như vậy trên thế giới vào năm 2050). Tuy nhiên, mày cũng chẳng hề động đậy tay chân để thay đổi thế giới này theo chiều hướng tích cực hơn, tốt đẹp hơn. Một trong mười điều răng của kinh thánh nói rằng: "Đừng biến mình thành thần tượng…

Đừng quỳ mọp trước mặt chúng và cũng đừng cung phụng chúng…” Nhưng cũng giống như hết thảy mọi kẻ khác, mày đã phạm tội lỗi chết người và đang bị bắt quả tang ngay tại trận. Và sự trừng phạt của trời thì mày biết đấy: đó là Địa ngục mà mày đang sống trong đó.

- Cậu có thể dành chút thời gian cho tớ không hay là đang bận đấy?

Đó là Jean Francois, phụ trách khách hàng của Madone đang thò đầu vào phòng làm việc của mày.

- Charlie đang bận bịu với đám họa sỹ, nên quay lại sau giờ ăn trưa là tốt hơn cả.

- OK, gã nói, - nhưng mà cậu có nghĩ là ta cần phải xốc lại mọi việc với Mergrelet không. Bôi trơn cấp lãnh đạo chẳng hạn.

- À, đúng, quyến rũ, dụ dỗ là thiên chức của chúng ta mà! Chẳng có thứ quái gì trên Trái đất này ngoài sự dụ dỗ. Đó chính là động lực duy nhất của sự tiến bộ loài người!

Gã ta nhìn mày hệt như nhìn thằng ngố:

- Này, cậu đã nghỉ ngơi xả láng trong mấy ngày cuối tuần chưa đấy?

- Tôi ấy à, tôi là tên tay sai trung thành của cái gọi là Xã hội màu mè phô trương mà, là kẻ thừa hành cho dòng năng lượng cuồn cuộn và sẵn sàng cho những cuộc chinh phục mới. Tiến lên, các bạn đồng nghiệp ơi, tiến đến Đệ tứ Reich!

Jeft tiến lại gần, nhìn chằm chằm vào chỏm mũi mày.

- Cậu có cái gì trăng trắng ở đây này.

Gã lấy ống tay áo phẩy bột ở trên cánh mũi mày rồi nói tiếp:

- Bây giờ tớ cần phải biến vì có cuộc gặp bên ngoài, nhưng cậu có thể gọi cho tớ qua điện thoại di động.

- Ừm, m, m, Jeft, tôi rất thích gọi cho anh vào di động.

Ngay sau đó, Charlie quay lại và ngồi trước mặt mày. Charlie là thành trì và là nguồn an ủi của tôi. Hắn khỏe mạnh, lừng lững và tự tin, trong khi tôi lại èo uột, ốm yếu, Charlie là một kẻ hạnh phúc hoặc biết cách thể hiện mình hạnh phúc một cách khéo léo. Hắn có một vợ, hai tàu há mồm, luôn nhìn đời bằng con mắt lạc quan, vui vẻ - mỗi người trong chúng ta đều có cách riêng của mình để xua đi những điều phi lý. Charlie sẽ bỏ qua những nhõng nhẽo thái quá của mày. Mày quý mến Charlie bởi gã bù đắp cho mày những cái mày thiếu. Hắn rít cần sa với những điếu thuốc to vật vã trong khi mày đang nén nhịn thứ bột trắng đó. Suốt ngày hắn đào bới lùng sục những bức ảnh cực kỳ khiêu dâm trên mạng Internet, ví dụ một gã trai đóng đinh bìu dái của mình lên ván gỗ; một bà mụ to béo sồ sề đang tự thỏa mãn mình bằng loại dụng cụ tình dục làm từ chất dẻo, và hắn coi những trò như thế này là hình thức "giải trí".

- Charlie, ông đã xem *The Grind* trên MTV bao giờ chưa? Tôi có cảm giác rằng, có thể cuỗm được ý tưởng gì đó từ cái đám vô cảm, dữ dằn và tởm lợm này. Cái thẩm mỹ học trong không gian là vậy đấy…

Vân vê điều cần sa to tướng, Charlie đồng tình với mày:

- Đúng rồi, chương trình phát sóng này không phải dành cho đám yếu thần kinh đâu. Nếu ta đề nghị Maigrelette tài trợ cho chương trình này thì sao nhỉ? Còn để quảng cáo thì có lẽ ta nên chọn những trích đoạn quảng cáo khoảng chừng vài chục giây rồi đưa logo của Maigrelette lên trên góc bên phải, giống như vị trí của MTV ấy…

- Ôi, nghe tuyệt đấy! Tôi cứ tưởng tượng ra cảnh đám thanh niên nam nữ này uốn éo, dậm dật ra sao trên kênh "Maigrelette TV"! Thậm

chí, ta còn có thể nhét nó sang bên CNN nữa! Rồi sau đó có thể phát sóng lại trong các chương trình thời sự buổi tối như là một thượng hiệu chung “Grind – Mairgrellet”!

- Chính xác! Vì chương trình được phát sóng theo lịch trình khác nhau nên hằng ngày ta lại có thể cho phát những đoạn khác nhau. Đây có lẽ sẽ là một spot quảng cáo đầu tiên không bị lặp đi lặp lại!

- Ý tưởng hay đấy! Báo chí sẽ sà đến ngay. Nhớ chép lại những điều ông vừa nói và lên kế hoạch thực hiện thôi.

- OK, làm thế nào để đưa dòng “Maigrellete sẽ giúp bạn trở nên xinh đẹp và thông minh” vào đây?

- Tôi nghĩ ra rồi. Nghe này, trên màn hình là hàng trăm thanh niên nam nữ nhảy nhót trên bão cỏ xung quanh bể bơi khổng lồ, dưới vòm trời màu xanh sáng. Thế rồi bỗng nhiên, sau khoảng hai chục giây, một câu slogan thế này hiện ra: “MAIRGELLET GIÚP HỌ TRỞ NÊN XINH ĐẸP VÀ KHÔNG CHỈ CÓ THẾ: BẠN VẪN CHƯA NGHE HỌ NÓI NHƯ THẾ NÀO”.

- Octave, ông cừ thật!

- Không đâu, tôi còn kém xa ông đấy!

- Thôi mà, tôi biết ông giỏi thật mà.

- Tôi lại nghĩ là tôi thua xa ông chứ.

- Ôi, ông thật đáng yêu quá, cho tôi thơm ông tí.

- Ôi, tôi thích cái ông làm đấy.

- Không, tôi thích ÔNG cơ.

Thật tình mà nói thì cả hai đều là những kẻ dối trá. Mày bắt tay vào sáng tạo một script mới, trong khi Charlie đang tìm kiếm một bức hình khiêu dâm mới trên mạng.

Ngày hôm sau, mày đưa kịch bản mới cho Marronnier xem. Gã gật gù (chuyện bình thường, có gì lạ đâu: gã là sếp, là cha chú, còn chúng ta là nhân viên, là bậc con cháu mà).

- Cái phương án này đương nhiên là không tiêu hóa được, nhưng nếu cậu thích thì cứ tiếp tục thôi. Octave, tôi chỉ yêu cầu cậu một điều: đừng có viết tầm bậy tầm bạ lên tường theo kiểu Charles Mansou ở văn phòng khách hàng yêu quý của chúng ta nữa.

Sau đó, mày gọi di động cho Jean Francois.

- Nghe này, Jean Francois, tôi có tin này cho ông đây.

- Youpéka![19]

Nhưng chúng tôi cần tới ba tuần để thực hiện điều này.

Sự im lặng chết chóc bao trùm đầu dây bên kia. Sau đó đột nhiên có tiếng la:

- Các cậu điên hết cả rồi hay sao? Tuần sau tớ phải trình dự án cho họ rồi.

- Vậy thì mười lăm ngày đi.

- Mười.

- Mười hai.

- Mười một.

- Nghĩa là chiều nay ta gửi băng video chương trình phát sóng sang cho Madone, - Charlie cắt ngang. – Bên Madone sẽ rất khoái vì tốc độ làm việc nhanh chóng của chúng ta. Chắc chắn họ sẽ mua ngay mà chẳng cần suy nghĩ.

Jean Francois trịnh trọng thông báo rằng, "Đề nghị rất có triển vọng này có thể trở thành yếu tố quan trọng trong dự án tương lai của chúng ta" (hết trích dẫn). Mày vỗ tay trong tâm tưởng. Người ta vẫn cho rằng, cái đám nhân viên sáng tạo thường coi khinh đám nhân viên khách hàng và ngược lại. Nhưng điều này không hẳn thế: cả hai bên đều cần đến nhau và trong công việc của chúng ta, người ta chỉ ưa những kẻ họ cần, và họ giữ mối quan hệ với đám còn lại là chỉ nhằm lấy lệ mà thôi. Charlie đúng là giỏi thật, làm việc gì cũng chỉn chu đâu vào đấy, chẳng phụ thuộc vào hoàn cảnh, Nói chung, khi Charlie bắt đầu ra chỉ thị là chẳng ai dám trái ý.

3.

Sophie rời khỏi mày đơn giản như khi đến với mày vậy.

Giờ đây, mày ngồi ăn trưa một mình.

Trước đây, mày có cả đống bạn bè, giờ chẳng thấy mống nào.

Điều này có nghĩa là mày chẳng bao giờ có bạn bè.

Mày nốc rượu, chiếc áo vét mày bốc ra mùi pho mát nóng chảy.

Thật là thú vị!

"Hãy cho phép anh từ bỏ em. Hãy để anh ra đi, hãy để anh một lần nữa được trở lại làm một kẻ đê tiện", mày đã nói với nàng như thế.

Mày bước ra phố, không thèm đeo kính để khỏi phải nhìn thấy chiếc mũi của mình.

Cận thị là cái thứ sang trọng cuối cùng của mày. Tất cả xung quanh đều bồng bềnh kỳ diệu như trong một đoạn phim quảng cáo.

Tất cả chỉ là bề nổi và chòng chành.

Hãy cẩn thận.

Nụ cười của mày đâu rồi?

Mày đang trèo lên đỉnh cao nhất của xã hội tiêu dùng cũng như xã hội truyền thông.

Trong cá nhà hàng, mày gọi món sushi gan ngỗng áp chảo ướp tiêu theo kiểu Tứ xuyên kèm vị lê, nước xốt thịt bê, đậu tương và dấm thơm.

Trước mặt mày là một đứa con gái tươi cười.

Cô nàng sẽ mãi mãi chẳng hiểu được rằng mày đang sẵn sàng yêu cô ta.

Ôi-ôi-ôi-ôi!

Những giây phút mới đẹp đẽ làm sao!

Chống tay lên bàn quầy bar, mày tơ tưởng tới đám đàn bà con gái mới. Mày đã phải mất nhiều thì giờ để hiểu mình muốn gì trong cõi đời này: sự cô đơn, lặng lẽ, những cuộc rượu chè, những cuốn sách, những liều ma túy, thú viết lách và thi thoảng làm tình với một người đẹp mà mày sẽ chẳng bao giờ gặp lại.

- Hãy đuổi việc tôi đi!

Mày gào lên trong đại sảnh công ty như một thằng điên nhưng chẳng ma nào thèm nghe bài ca của mày.

- Hãy đuổi việc tôi đi!

Vài cu cậu nhân viên tập sự chỉ trỏ mày rồi cười hô hố và cứ tưởng rằng mày đang pha trò, đồng thời cũng tranh thủ dịp này để lấy lòng mày, rũ rượi cười bở những trò nhạt phếch của mày.

- Hãy đuổi việc tôi đi!

Nhưng trong cái không gian mở này, chẳng có ai nghe thấy mày. Thế rồi, bỗng dưng mà hiểu ra vì sao cái đám tập sự kia lại cười: có vết son môi trên khóa quần jean màu trắng của mày.

Những câu slogan của mày đang vang lên hàng ngày trên ti vi: "ĐỪNG TÁI SINH, HÃY BẮT CHƯỚC". "CUỘC SỐNG SẼ RA SAO NẾU KHÔNG CÓ SÂM BANH KRUG?". "DUSOK – THỨ NƯỚC HOA NGƯỜI TA THÍCH COI THƯỜNG". "RADIO NOVA LÚC NÀO CŨNG MỚI". "KENZO JUNGLE, HÃY THỬ TỚI GẦN XEM". "VIAGRA, KHÔNG CÒN SỰ YẾU ỚT". "EUROSTAR, VIỆC GÌ PHẢI ĐI TỪ ROISSY ĐẾN HEATHROW TRONG KHI CÓ THỂ ĐI TỪ PARIS ĐẾN LONDON?". "CANDEREL – EM ĐẸP, CANDEREL – EM THANH MẢNH, EM VUI NHỘN NHƯ CHÍNH MÙA XUÂN". "BOUYGUES TELECOM, BẠN ĐÃ ĐẶT MUA TƯƠNG LAI? ĐỪNG BỎ MÁY NHÉ". "LACOSTE, SẼ TRỞ NÊN LỊCH LÃM NHƯ BỐ MẸ TA". "CHANEL SỐ 5, SẴN SÀNG Ở KHẮP NƠI".

- Hãy đuổi việc tôi đi!

Mày muốn nằm dài trên thảm cỏ xanh và khóc mà nhìn trời. Quảng cáo đã làm cho Hitler trúng cử. Quảng cáo hiệu triệu để các công dân

tin rằng tình hình diễn ra bình thường trong khi nó đang ngàn cân treo sợi tóc. Nó tựa hồ như tên điếm canh thời Trung Cổ “Hãy ngủ đi hỡi những con người lương thiện, đã nửa đêm rồi, mọi sự yên lành, có bánh, có rượu vang, có Boursin – và cuộc sống vẹn nguyên, Mù tạt May dành cho tất cả hôm nay, Radio Nova luôn mới nha, Mini-Prix – bạn của ta, dịch vụ tối đa! Ngủ ngon đi, hỡi những con người lương thiện! Tất cả chúng ta đều là những kẻ bất hạnh trong thế giới hiện đại”, Charles Peguy đã từng cảnh báo trước cho chúng ta như vậy. Đúng thế, những kẻ thất nghiệp đau khổ vì không có việc làm, còn người lao động thì khổ vì có việc. Hãy ngủ ngon đi, hãy uống thuốc an thần Prozac để không còn mất ngủ. Và điều cơ bản là đừng đặt ra những câu hỏi thừa. Hier ist kein warum. Đây không có gì phải hỏi hết.

Phải thừa nhận rằng, tất cả những gì diễn ra trên bề mặt hành tinh này đều không quan trọng nếu xét ở quy mô vũ trụ. Những gì do một cư dân Trái đất viết ra ắt là sẽ được một cư dân Trái đất khác đọc. Thậm chí có thể cả hệ ngân hà cũng cóc cần biết rằng doanh thu của Microsoft ngang bằng tổng thu nhập quốc dân của Bỉ, rằng tài sản cá nhân của Bill Gates được ước lượng tới 100 tỉ đô la. Mày sốt sắng, nhiệt tình làm việc, gắn mình với những cá nhân nào đó, yêu một vài em, bồn chồn, tất tả về một hòn sỏi quay trong bóng đêm của Vũ trụ. Cũng chẳng ai ngăn cản hay hạn chế những tham vọng của mày. Mày có nhận thấy mình cũng chỉ là một thứ vi trùng vô nghĩa không? Liệu có một thứ Baygon hiệu quả để chống lại loài côn trùng có hại như mày không?

Mày chỉ nghe rặt loại đĩa CD của đám chán đời không thiết sống: Nirvana, INXS, Joy Division, Mike Brant. Mày cảm thấy mình như một lão già khốt ta bít vì chỉ thích nghe toàn nhạc cổ lỗ sỉ làm từ vi-ni-lon với đường kính 30 cm. Ở Pháp, mỗi năm có 12.000 vụ tự tử, nghĩa là cứ mỗi giờ đồng hồ có hơn một vụ. Nếu bạn đọc quyển sách này trong một giờ thì ắt đã có một mống nào đó về với Chúa. Và nếu là hai giờ đồng hồ (nếu bạn đọc chậm rãi) thì ắt có hai mống thăng thiên. Và cứ như thế. Hai mươi tư cái xác tự nguyện mỗi ngày. 168 kẻ tự nguyện

lìa bỏ cõi đời mỗi tuần. Một nghìn cái chết theo ý nguyện mỗi tháng. Một cuộc sát sinh đúng nghĩa mà chẳng hề có ai nhắc đến. Pháp là giáo phái khổng lồ của Đền mặt trời[20]. Theo số liệu thăm dò của Sofres thì có 13% công dân Pháp trưởng thành đã từng nghĩ đến tự tử một cách nghiêm túc".

Mỗi sáng, mày mở ra nghe ba hộp thư trả lời điện thoại tự động: hộp thư trả lời tự động ở nhà, ở cơ quan và trên chiếc điện thoại di động cùng với mớ thư điện tử trên laptop. Chỉ có hộp thư điện tử của mày là cứ trống không một cách tuyệt vọng. Mày không còn nhận được là thư tình nào nữa. Mày cũng chẳng còn cơ hội đọc những lá thư đẫm chất e dè với dầm dề nước mắt – những lá thư được ướp bằng thứ hương tình yêu và nỗi xúc động ẩn chứa tràn trề trong phong bì, nơi dòng địa chỉ được đề cẩn thận kèm theo lời nhắn gửi cho người bưu tá: "Bác bưu tá yêu quý ơi, chớ đi lạc đường, hãy mang lá thư này đến cho người nhận mà tôi hằng ngưỡng mộ...!" Và người ta kết liễu cuộc đời mình vì qua bưu điện, họ nhận được chỉ rặt những tờ quảng cáo.

Mày nhường bước trước sự cám dỗ của tia cực tím. Một khi rơi vào tình trạng trầm uất – mà mày luôn trong tình trạng như thế này – mày lại chiều lòng mình bằng tia cực tím. Rốt cục là, mày càng ưu sầu bao nhiêu thì người mày lại càng rám nắng bấy nhiêu. Nỗi buồn chán mang lại cho mày một vẻ ngoài tươi tắn. Sự thất vọng cũng ngang bằng với cú sốc nắng của mày. Ai có thể đoán được rằng mày đang đau khổ? Khuôn mặt mày đang rạng rỡ thế cơ mà. Mày nghĩ rằng màu da sạm nắng có thể làm mình trẻ lâu hay sao? – hừ, thực tế lại là ngược lại: người ta nhận ra ngay đám khốt ta bít bằng cái sắc màu nâu đỏ này đấy. Ngày nay, chỉ có cái đám khốt này mới có nhiều thì giờ để mạ vàng cái lớp ngoài hừng hực của mình. Lớp trẻ thì mặt mũi xanh xao buồn chán trong khi đám khốt, ai cũng như ai, rám nắng và vui vẻ - còn phải nói, lương hưu của họ là do lớp trẻ chúng ta chi. Tựa như Jacques Seguela – mày đang muốn đạt được điều đó chăng? Hãy cẩn thận – rốt cục thì tia cực tím cũng sẽ nướng cháy mày không khác gì than hoạt tính.

Lúc đó là ở ngoại ô Mega-Rail. Tất cả là do cái thứ cocain chết tiệt mà ra. Nếu không phải thứ bột trắng này thì chắc hẳn mày đã chẳng làm điều xằng bậy – chẳng hạn như bỏ Sophie hay phô trương trò chơi chữ ngu ngốc, ngớ ngẩn như vậy. Cocain là cái cớ cho mọi thứ trên đời. Khi đánh máy cuốn tiểu thuyết này trên máy tính, mày tự coi mình như một tên mật thám lọt vào trung tâm của hệ thống để theo dõi guồng hoạt động của cỗ máy đang đầu độc tâm hồn ta. (Rút cục thì chẳng lẽ CIA không phải là một hãng thông tin hay sao?). Mày vừa là thằng lính đánh thuê, vừa là gián điệp, và mày thu thập thông tin tối mật để ghi vào đĩa mềm của mình. Nếu như vào một lúc nào đó mày bị bắt, người ta sẽ tra khảo mày cho tới khi nào mày nộp lại mớ microfilm này. Nhưng mày sẽ không hé răng và một mực đổ lỗi cho cocain. Và nếu người ta thử mày qua hệ thống máy phát hiện nói dối, mày sẽ thề trời tru đất diệt rằng rằng, trong cuộc phiêu lưu mạo hiểm này, mày chỉ là một tên lính gác không hơn không kém.

Sáng nào mày cũng đụng phải một gã thất nghiệp vô gia cư, giống hệt như mày ngay dưới của khu nhà. Một gã gầy đét, cao lồng ngồng, da xanh mét, má hóp. Một bản sao của mày với bộ râu rậm, bẩn thỉu, quần áo rách mướp, tồi tàn, hôi hám với một cái khoen ở cánh mũi, một gã không xu dính túi với hơi thở nồng nặc mùi rượu. Một hình ảnh của mày trong tương lai khi mà bánh xe Số phận quay tròn là lúc mày phải qua đêm trên tấm lưới thông gió của tàu điện ngầm. Cái gã vô gia cư này cứ liên tục gào lên: “KẺ NÀO GIEO GIÓ ẮT SẼ GẶT BÃO!” rồi lại thiếp đi trên tấm lưới.

Mày mài đít quần thâu đêm trước trò chơi điện tử Playstation. Mày trả thuê bao với mức 29 euro để gia nhập Câu lạc bộ Playstation. Bảy lần trong một năm mày nhận được những chiếc đĩa CD miễn phí thúc giục mua sắm và một bảng câu hỏi cho phép hãng Sony ước tính số lượng cũng như tiến triển trong việc mua sắm của mày, ước lượng được sức mua sắm cũng như mức độ hài lòng của mày đối với hàng hóa dựa trên sự đánh giá khách quan của mày.

Mày lê lết hàng giờ trong siêu thị, mỉm cười với những chiếc camera theo dõi. Mà này, còn một thông tin nữa mà mày khai thác được trong công việc của mình: những chiếc camera giờ đây không chỉ dùng để phát hiện đám trộm cắp vặt. Những chiếc web-cam với tia hồng ngoại ẩn trong trần nhà và được kết nối với máy tính trung tâm sẽ cho phép nhà phân phối nhận ra sở thích cũng như thói quen tiêu dùng của bạn bằng cách nhận diện các mã vạch của những mặt hàng bạn mua rồi từ đó đưa ra các đề nghị giảm giá, buộc bạn nếm thử các sản phẩm mới, dẫn dắt bạn bằng ngôn từ để hướng bạn tới những kệ hàng với các sản phẩm bạn thích. Trong một ngày không xa, bạn chẳng cần phải tới cửa hàng làm gì: các chuyên gia tiếp thị nắm bắt biết được gu của bạn và kết nối tủ lạnh với Internet để rồi giao sản phẩm đến tận nhà cho bạn. Như vậy, cả cuộc đời của bạn sẽ được lập kế hoạch và kết nối với nền công nghiệp hóa toàn cầu. Tuyệt quá, không đúng hay sao? Này, cậu bé ơi, hãy chào cái camera đi. Nó là đứa bạn gái duy nhất của mày đấy.

Mày vừa nhận được chiếc phong bì làm bằng loại giấy dày khổ A4 qua đường bưu điện. Nghĩa là, mày sẽ sớm thất vọng: cũng đã có ai đó viết cho mày. Mày bóc nó ra để thấy một tấm phim trắng đen lạ lùng bằng laser với những dòng chữ in cùng những con số thô cộc bí hiểm: “43 5, 0 bg4 fr15 pse12 rj33 gm f2, alr l i/l ml dr55”. Ở phía trên bên trái của tấm phim là dấu hiệu giờ giấc, ngày tháng. Mày ngần ngừ lưỡng lự. Cuối cùng thì giữa những mảng trắng trên nền xám, mày cũng kịp phân biệt được một con mắt lạ lùng của vật thể nào đó ngoài hành tinh đang chằm chằm nhìn mày, hai tay, những dấu hiệu của cái mũi và bên cạnh là một cái gì đó giống như cái tai... Mày lờ mờ đoán ra rằng, trước mắt mày là một bản phim siêu âm gợi cho mày nhớ đến một bức tranh nghệ thuật trừu tượng có kém một dòng chữ viết tay”Đây là con gái anh mà lần đầu tiên và cũng là lần cuối cùng anh nhìn thấy nó. Sophie.”

4.

Mấy ngày đã trôi qua mày không gặp một ai trong số họ. Jean Francois đã mang cơn sầu uất của hắn để phát tán vào phòng làm việc của mày.

- Tớ có thông tin phản hồi chẳng mấy tốt lành gì từ một khách hàng đây. Sau khi xem đoạn phim *The Grind*, Alfred Duler gọi cho tớ và nói rằng, đoạn phim sử dụng quá nhiều dân da đen. Hắn ta nói thế này, tớ nhắc lại chính xác những gì hắn nói nhé "Dĩ nhiên tôi chẳng phải là kẻ phân biệt chủng tộc nhưng dân da đen chỉ chiếm một phân khúc khiêm tốn trên thị trường, trong khi chúng ta phải chú trọng đến đối tượng người tiêu dùng Pháp chính gốc. Tôi không có lỗi khi sản phẩm của chúng ta có màu trắng và để tiêu thụ chúng, ta phải đem ra giới thiệu cho các khách hàng da trắng. Xin nhắc lại, đây không phải là sự phân biệt chủng tộc, nhưng mà hỡi ôi, chúng ta chưa sản xuất ra loại sữa chua đen! Lúc nào sản xuất loại sô cô là Lairgellet, ta sẽ giới thiệu mặt hàng này cho đám khách hàng da đen kia!"

Hình như đám trợ lý của Jean Francois bụm miệng cười khi hắn nói ra những điều như thế. Nhưng khi hắn dọa đem đơn hàng ra đấu thầu thì chẳng ai dám cười nữa.

- Nghe này, đừng bận tâm nữa, quên mẹ nó chuyện này đi. Cái thằng cha thối tha này cũng chỉ là một gã tầm thường, bất tài đáng thương thôi. Đúng ra anh phải nhắc nhở Alfred rằng hắn đang sản xuất ra Mairgellet có chứa dioxyn đấy… Và để quảng cáo cái thứ sản phẩm ấy, lẽ ra hắn không cần phải kén chọn đám người kia, mà là đưa ra nhưng con mụ béo mặt đầy mịn mủ mới đúng.

Tận sâu thẳm trong lòng, mày đang hân hoan, vui sướng: bóp chết một trong số những đơn hàng béo bở nhất của hãng – và đó chính là cách giải quyết vấn đề một cách tối ưu nhất. Có lẽ Ông Trời đã nghe thấy lời khẩn cầu của mày và đãi ngộ lại mày bằng cả thiên đường: ăn

không ngồi rồi nhưng vẫn có thù lao, kỳ nghỉ phép vô thời hạn bằng ngân sách nhà nước… Nhưng, Jean Francois lại không hề muốn bị sa thải. Hắn nhìn nhận vấn đề bằng con mắt khác: người ta hoàn toàn không lập trình hắn cho cuộc mưu sinh ngoài đường phố. Hắn đã tốt nghiệp trường thương mại tư nhân chuyên dành cho đám con ông cháu cha, cưới một cô vợ sách nước cản, buồn tẻ và hay sinh sự, mười lăm năm liền nhẫn nhục chịu đựng sự nhạo báng và sỉ nhục của cấp trên cũng như của khách hàng chỉ để vay được tiền của Công ty Sosiete General nhằm tậu căn hộ ba buồng ở Levallois-Perret. Cách giải trí duy nhất của hắn trong đời là nghe đĩa nhác gốc trong phim Titanic. Thậm chí hắn cũng chẳng hề nghĩ đến chuyện có thể có một cách tồn tại khác trên đời này. Hắn cũng chẳng bao giờ nghĩ rằng cuộc đời mình sẽ ngoặt sang lối khác. Nếu Madone không còn dính dáng gì đến hãng quảng cáo của chúng tôi thì có lẽ hắn sẽ gục mất. Hắn sẽ khóc, bởi điều này không được lường trước trong kế hoạch sự nghiệp của hắn. Kể từ khi sinh ra trên cõi đời này, đây là lần đầu tiên hắn đâm ra ngờ vực.

Và cuối cùng thì, thử nhìn xem, hắn cũng đã gần như sắp trở thành … người.

- Tôi thừa biết Duler là một thằng chó chết và phát xít, - Jean Francois ấp úng – nhưng đơn hàng của hắn nặng hàng triệu bảng Anh cơ đấy…

Mày bắt đầu thấy yêu quý hắn. Dù sao thì hắn cũng đã phủi bột cocain ở cánh mũi cho mày mấy ngày trước đó.

- Đừng sợ, - mày nghe thấy giọng mình – Tôi và Charlie sẽ giúp anh quả này, phải không, Charlie?

- Ừm, tôi nghĩ là đã đến lúc phải tuyên bố sự chuẩn bị của mình.

Marc Marronnier thò đầu qua khe cửa he hé.

- Ei, các chàng trai, có chuyện gì mà chán nản thế, cứ như thể các cậu làm việc cho Rosserys và Witchcaraft không bằng… Hu, hu! Hắn vỗ tay lên trán mình.

- Ôi, sao tớ nhu thế không biết! Rõ là các cậu đang ăn lương của họ mà!

- Đừng giở trò ra nữa, Marc, - Jeft rên rỉ. – Chúng tôi đang ngập trong đống phân với Maigreletter đây.

- Thế a…! Cái đám làm ra sản phẩm sữa chua này lại nặng ký thế a…

Và Marronnier ném cho mày một ánh nhìn phân ưu theo kiểu thương hại.

- Octave, Charlie… - hắn nói, - đã đến lúc các cậu thực hiện kế hoạch Orsec rồi đấy chứ?

- Họ đã tuyên bố sự chuẩn bị rồi mà! – Jeft nói. – chỉ có điều, tôi chưa hiểu trò đó là gì nhỉ?

Và lúc này, Charlie bắt đầu tiết mục tủ của mình. Hắn giơ tay, ngước mắt lên trời, hít một hơi dài rồi thở ra một hơi thật mạnh, như thể đang chuẩn bị sẵn sàng tuôn ra một tràng diễn văn hay kẹo chết một loài côn trùng đáng yêu nào đó vậy. Hắn im lặng một lúc lâu và lần cuối cùng nhìn sang Marronnier.

- Thế nào, sếp? Sếp bật đèn xanh chứ?

Sếp trịnh trọng gật đầu rồi bước ta khỏi phòng, nơi sự tĩnh lặng thánh thiện gần như thiền ngay lập thức bao phủ. Charlie chậm rãi quay lại phía mày và buông ra một mệnh lệnh bí mật:

- Máy bắn phân, xuất kích!

- Rõ, thưa sếp.

Ngay trước mắt Jeft F. và trong độ một phút, mày và Charlie sáng tác ra mẩu quảng cáo mà bất cứ doanh nghiệp quảng cáo nào cũng ao ước: mê hồn, dịu dàng, vô hại và dối trá – dành cho một bầy đàn người tiêu dùng toàn những chú bê non kêu be be (vì ngành di truyền học đã đạt đến đỉnh cao khoa học, có thể buộc con người kêu be be y như bò)

Sau đó, mày cất giọng:

"Một phụ nữ DA TRẮNG xinh đẹp (không già không trẻ), mái tóc màu hạt dẻ (không vàng không đen), ngồi trên sân thượng một ngôi nhà đẹp ở nông thôn với kiểu trang trí mang phong cách "Bờ phía Nam" (nồng ấm nhưng giản dị), trong một chiếc ghế xích đu (không quá đắt nhưng cũng chẳng quá tồi tàn). Nàng nhìn vào camera và kêu lên (giọng ngọt nào nhưng chân thật) "Tôi đẹp, phải không?. NGƯỜI TA NÓI VẬY, NHƯNG TÔI KHÔNG ĐẶT RA CÂU HỎI NÀY. TÔI LÀ TÔI, ĐƠN GIẢN THẾ THÔI" Bằng cử chỉ nhẹ nhàng (không khêu gợi nhưng cũng không kiểu cách), nàng đưa tay cầm lấy một hũ Maigrelette từ trên bàn, cẩn thận (không quá nhanh nhưng cũng không quá chận) mở nắp ra rồi nếm một thìa (không quá vơi nhưng cũng không quá đầy). Sau đó, nàng thích thú nhắm mắt lại và thưởng thức sản phẩm (tối thiểu hai giây). Rồi nàng đọc tiếp, mắt nhìn thẳng vào khán giả xem tuyền hình: "BÍ QUYẾT CỦA TÔI LÀ… MAIGRELETTE – LOẠI SỮA CHUA TUYỆT HẢO KHÔNG BÉO VỚI CAN XI, VI TA MIN, PROTEIN ĐỂ TRÍ TUỆ THÔNG MÌNH VÀ CƠ THỂ KHÓE MẠNH THÌ KHÔNG CÓ GÌ TỐT HƠN MAIRGELLET". Nàng đứng lên (một cách lịch thiệp vừa phải) rồi kết luận với một nụ cười láu lỉnh (cũng vừa phải) "ĐÓ LÀ BÍ MẬT CỦA TÔI. NHƯNG BÂY GIỜ KHÔNG CÒN LÀ BÍ MẬT NỮA RỒI VÌ TÔI ĐÃ CHIA SẺ HẾT VỚI CÁC BẠN HA HA." Nàng cười tinh nghịch (vừa phải). Tiếp theo, trên màn hình xuất hiện packshot (tối

thiểu năm giây) với dòng tít “MAIGRELETTE GIÚP BẠN TRỞ NÊN THANH MẢNH HƠN, THÔNG MINH HƠN”

Trong chốc lát, Jean Francois chuyển từ trạng thái tuyệt vọng sang khoái chí. Có lẽ thằng cha này nên thi vào trường kịch, khoa nhại chứng cyclothymie – một loại bệnh tâm thần đổi theo chu kỳ, từ sảng khoái sang rấu rĩ hoặc ngược lại. Hắn hôn tay, chân, miệng chúng tôi.

- Các cậu đã cứu sống tớ!

- Được rồi, nhưng đừng có mà suồng sã nhé, - Charlie cằn nhằn, mắt dán vào màn hình máy tính. Trên màn hình là hình ảnh một gã đàn ông nào đó đang làm tình.

Và rồi, cuối cùng mày nhận ra rằng mình đang hố:

- Mẹ kiếp, thế này thì tôi không bị tống khứ rồi. Với mẩu quảng cáo này thì Philippe sẽ ban cho tôi nhiều tiền bạc và để tôi yên ổn ít nhất là mười năm. Chúng ta lại phải quấy rầy Madone.

Nhưng Charlie nói ra đúng sự thật:

- Ông có thể cứ thoải mái mà gào lên là chúng ta quấy rầy họ, nhưng trong sâu thẳm lòng mình, ông biết rất rõ là họ đang quấy rầy chúng ta.

Rồi Jean Francois bước đi với kịch bản để tiện cắp nách. Màn này diễn ra vào đầu thiên niên kỷ thứ ba sau J. C. (Jesus-christ – chuyên gia quảng cáo bậc thầy trên thế giới, tác giả của nhiều slogan bất tử “HÃY YÊU THƯƠNG LẪN NHAU”. “HÃY TIẾP NHẬN, ĂN HẾT NÓ ĐI VÌ ĐÓ LÀ THÂN THỂ CỦA TA”. “HÃY THA THỨ CHO HỌ BỞI HỌ KHÔNG BIẾT HỌ ĐANG LÀM GÌ”, “NHỮNG KẺ CUỐI CÙNG LÀ NHỮNG KẺ ĐẦU TIÊN”, “MỞ ĐẦU LÀ NGÔN TỪ” – à không, câu này là của bố ông ta).

5.

Một gam cocain loại tốt được bán với giá 100 euro. Giá cao một cách hữu ý vì sức khỏe quý giá của lũ nhà giàu, trong khi lũ nhà nghèo thì đang đầu độc bản thân bằng loại rẻ tiền Ricard.

Mày gọi điện thoại cho Tamara – cô nàng gái gọi mà mày yêu thích. Hộp thư điện thoại tự động nhà cô nàng vang lên một giọng nói ngọt ngào trả lời mày "Nếu anh muốn mới em uống gì đó thì bấm số 1. Nếu anh muốn mời em đi ăn tối thì bấm số 2. Nếu anh muốn cưới em thì xin mời anh đặt máy xuống." Mày để lại cho nàng số điện thoại văn phòng mình với lời nhắn gọi "Hãy nhớ gọi cho anh. Hãy xua đi nỗi buồn của anh, cần gấp đấy. Bờ vai em dịu dàng mềm mại như trứng la cooc, anh thèm khát được ngâm mình trong sự dịu dàng mềm mại ấy. Octave". Nàng có một khuôn mặt thật khó lòng mà rời mắt đi được.

Thử đoán xem: ai là người có làn da ngăm ngăm thơm tho, dáng dấp của con gái Mehico với cặp mắt Mã Lai? Câu trả lời là – cô nàng Bắc Phi ngăm ngăm mà tên thật không phải là Tamara. Nàng đến nhà mày vào buổi tối. Mày đề nghị nàng xức nước hoa "Ám ảnh" – loại nước hoa mà Sophie vẫn thường dùng.

Nàng có giọng nói khàn khàn, những ngón tay thanh mảnh với dòng máu lai. Thân thể đàn bà được tạo nên bằng nhiều phần tử: đường gân nâu hồng thanh mảnh nối trên mắt cá chân, những móng chân được sơn kỹ lưỡng, lúm đồng tiền rải rác (ở khóe môi, ở phía trên mông), hàm răng màu trắng lấp lánh dưới làn môi đỏ thắm, những đường cong quyến rũ (vùng eo), làn da màu hồng với nhiều sắc thái khác nhau (gò má, đầu gối, gót chân, ngực) nhưng phía trong má cánh tay luôn có màu trắng như tuyết và mềm mại như cảm xúc mà nó tạo ra cho ta.

Vâng, đây là thời đại mà ngay cả sự dịu dàng cũng được mang ra mua bán.

Tamara là một cô nàng gái gọi mà mày không lên giường cùng nàng. Trên chiếc váy ngắn cũn cỡn của nàng có dòng chữ “LICK ME TILL I SCREAM”[21] nhưng mày lại hài lòng với việc liếm tai nàng (nàng lại không hề khoái cái trò đó). Với giá 250 euro một đêm, nàng đến phục vụ khách hàng tại nhà. Đầu tiên, cả mày lẫn nàng cùng nghe đĩa hát của nhóm “II etait une fois”, nhóm “Moody Blues” “Massive Attack”. Mày sẵn sàng đốt tiền chỉ cốt mua một giây ngắn ngủi khi môi mày và nàng gắn chặt nhau như hai thỏi nam châm. Mày không muốn ân ái với nàng mà chỉ muốn đụng chạm vào người nàng, nếm trải sức hút ngoài trái đất của nàng. Mà tính nhân thường là thỏi nam châm. Mày không muốn “mặc áo mưa” khi thám hiểm bên trong cơ thể nàng. Bởi vậy, mày không bao giờ làm tình cùng nàng một cách đúng nghĩa. Ban đầu, nàng không thể nào hiểu nổi vị khách lạ lùng này – kẻ chỉ bằng lòng dùng lưỡi quấn chặt lưỡi nàng. Rồi nàng thấy thích thú cái trò liếm lưỡi đó, thích những chiếc răng cắn nhẹ vào miệng nàng, thích những giọt nước bọt thơm mùi rượu vodka của mày, và rồi nàng lại đưa lưỡi mình vào họng mày. Khoái lạc, tiếng rên, hơi thở gấp gáp, ham muốn dục vọng… *Stop!* Mày dừng lại để mỉm cười với nàng, mặt gần kề mặt với khuôn mặt nàng, buộc mình chờ đợi, rồi lại hưởng thụ cái điệp khúc âu yếm ban nãy, rồi lại dừng, rồi lại tiếp tục. Thôi, ta cứ gọi tên cái sự việc này bằng sự thật: giao hợp bằng lưỡi đôi khi lại thú vị hơn rất nhiều so với việc làm tình thuần túy.

- Anh rất thích mái tóc của em.

- Tóc giả đấy.

- Anh say mê cặp mắt màu xanh của em.

- Kính áp tròng ấy mà.

- Anh đắm đuối bầu vú của em.

- Đấy chỉ là chiếc xu chiêng hiệu Wonderbra thôi.

- Anh mê cặp giò em.

- A! Cuối cùng cũng được một lời khen chính đáng nhé.

Tamara phá lên cười.

- Anh làm em thấy dễ chịu quá.

- Cái câu này có nghĩa là em đang hạnh phúc?

- Lúc này thì đúng thế.

- Thế mà anh nghĩ rằng, chính lúc này em lại đang giả vờ.

- Thứ nhất, nếu em làm chuyện này vì tiền thì điều đó không có nghĩa là em giả vờ. Điều đó chẳng liên quan gì. Thứ hai, đúng là em đang hạnh phúc nếu như tính đến việc em kiếm được chục sọi mỗi tháng.

- Nghĩa là hạnh phúc nằm trong tiền bạc?

- Không hẳn thế, đơn giản là em tiết kiệm được kha khá để mua một căn hộ và chăm sóc con em.

- Tiếc thật! Thế mà anh lại muốn làm cho em đau khổ đấy.

- Em chẳng bao giờ đau khổ cả nếu như được trả tiền.

- Còn anh thì trái lại: anh trả tiền cho em để không đau khổ.

- Thôi, hôn em đi, tối nay em giảm cho anh 10% đấy.

Nàng cởi phần trên. Ngay chỗ eo có một sợi dây chuyền vàng mỏng mảnh quấn quanh. Một bông hồng được xăm bên trên vú phải.

- Bông hồng xăm thật hay là vẽ?

- Xăm thật đấy, anh cứ thử liếm xem, nó sẽ không nhòa đâu.

Sau vài trận chập hút nhau như nam châm, mày quay phim Tamara bằng chiếc camera kỹ thuật số và "phỏng vấn" nàng:

- Tamara, em nói cho anh biết đi, có phải em thật sự muốn làm diễn viên hay chỉ đùa thôi?

- Đó là mơ ước của em, em ước được trở thành diễn viên, bên cạnh cái nghề này.

- Nhưng tại sao em không làm người mẫu?

- Có đấy chứ, ban ngày em vẫn làm người mẫu, giống như hầu hết đám con gái ở quán Bar Biturique đó thôi. Vào lúc rảnh rỗi, em chay sô *casting*. Nhưng, giờ đây, con gái nhiều quá mà việc thì ít nên cũng phải xoay xở để có cái mà nuôi miệng chứ…

- Không, anh hỏi em vì… mà thôi, nghe này, anh muốn mời em vào vị trí người mẫu trong đợt quảng cáo maigrelette sắp tới đây.

- OK, nếu thế thì tối nay em sẽ bù cho anh: dịch vụ "thổi kèn sắc-sô-phôn" của em sẽ là miễn phí đấy.

- Đừng nghĩ thế! Không lẽ em không biết rằng trước mặt em là chàng Robin Hood thời hiện đại ư?

- Nghĩa là thế nào?

- Rất đơn giản: anh lấy tiền của bọn giàu để phân phát cho các cô gái như em.

Đúng, có những đêm mày rút ví ra 500 euro chỉ là để ôm hôn nàng dưới mưa, và chuyện đó cũng xứng với món tiền này. Khỉ thật, quá xứng đáng ấy chứ!

6.

Mười ngày sau, tại hãng chúng tôi diễn ra *Pre-Production Meeting* – PPM – một cuộc họp cấp cao theo đúng nghĩa của từ này. Bầu không khí yên lặng đến nỗi chẳng nghe thấy tiếng một con ruồi nào. Chẳng có gì lạ: lũ ruồi hẳn biết rằng, nếu có bay vào đây, chúng cũng sẽ có nguy cơ bị quấy nhiễu không thương tiếc. Về phía Madone có Alfred Duler cùng ba chàng ngự lâm, hai gã phụ trách thương mại đại điện cho hãng Rosse chúng tôi, một quý bà có lẽ là nhà sản xuất chương trình truyền hình và hai nhân viên sáng tạo (Charlie và mày). Có một đọ diễn tên là Enrique Baducul cũng được mời đến. Cùng với gã còn có nguyên cả đoàn tùy tùng – một nhà sản xuất ở Paris, một mụ chuyên gia hóa trang mắc chứng trầm cảm, một gã họa sỹ người Anh và một bà chị giám đốc tài chính với khuôn mặt đã được tân trang bằng nghệ thuật căng da. Charlie đánh cược với mày: người nào nói trước hai chữ "gây thấp thỏm lo âu" và "giảm nhỏ đi" thì sẽ được đãi một bữa tối ở Apicius.

Mụ sán xuất chương trình truyền hình mở lời:

- Các quyết định được thông qua tại cuộc họp ngày 12 đang bị biến tướng đấy. Chúng tôi đang chờ các đợt *castings* khác nhưng Enrique lại chấp thuận kế hoạch của hãng các anh. Vậy bây giờ chúng tôi sẽ chiếu băng cát sét cho các anh xem.

Có những điều luôn tồn tại trong các cuộc họp quan trọng kiểu này, kiểu như máy ghi hình không làm việc mà chẳng ai biết cách chỉnh sửa như thế nào. Rồi người ta buộc phải gọi một kỹ thuật viên bên ngoài vì cả mười bốn mống có mặt trong khán phòng với mức lương hơn một triệu euro/năm, đều không có khả năng sử dụng thiết bị kỹ thuật trong

khi một đứa trẻ sáu tuổi bịt mắt cũng có thể khiến cho máy chạy trở lại bằng tay trái. Trong khi ngồi chờ người ứng cứu tới để bấm cái nút “play”, vị đạo diễn cao giọng đọc lại dự án của mình.

- *Can phai* làm *xao để cố gai thặt đẹp, chẻ, dé* thương *và tươi tán.*

Enrique Baducul khởi nhiệp bằng chân nhiếp ảnh cho một tạp chí thời thượng, sau đó trở thành ngôi sao của phim quảng cáo thẩm mỹ với tông màu da cam. Hắn nuôi dưỡng một cách cẩn thận cái chất giọng Venezuela bởi giọng nói ngoại lai này chính là sự đảm bảo cho thành công của hắn (khoảng 500 đạo diễn thất nghiệp khác tác nghiệp chẳng kém cạnh gì hắn, nghĩa là cũng sử dụng hàng đống loại kính lọc và một băng trip-hop, nhưng chẳng ma nào trong số họ được nhận vào làm việc bởi đơn giản cái đám ấy không có tên là Enrique Baducul).

- *Bàn than* tôi thì *zất* thích thương *hệu được người ta nhìn* thấy ngai từ thước phim đầu *tiến.* Esta muy muy *dất dất* quan *chòng. Nhứng tôi nghí,* phải *để cho ngời điến* viên có *xự xang tạo.*

Enrique Baducul được chọn vì Joe Pytka bận bịu cho các dự án khác và Jean Baptiste Mondino thì từ chối nhận lời. Cũng giống như lũ trẻ con ở vườn mẫu giáo, mọi người chỉ tay lên những bản photocopy để theo dõi nội dung bài phát biểu của hắn. Bất ngờ, một công nhân mặc áo bảo hộ lao động màu xanh không gõ cửa cứ thế đi vào, thở dài và bật máy ghi hình.

- Cảm ơn Gege, - Jef nói – chúng tớ sẽ làm gì nếu không có cậu đây?

- À, các ông cứ ngồi vào đống cứt ấy – Gege trả lời và nước ra khỏi phòng.

Jef cố gượng cười.

- Ha ha ha! Đúng là đồ quỷ sứ Gege. Thôi được, bây giờ chúng ta sẽ xem băng casting nhé.

Lúc ấy, mười bốn mống "ngồi vào đống cứt" nhìn thấy em Tamara xinh đẹp trên màn hình ti vi, mình trần với chiếc xu chiêng hiệu Wonderbra màu đen quyến rũ. Nàng cắn môi nhìn vào camera và nói:

- Ước mơ của tôi là được trở thành diễn viên bên cạnh công việc này. Tôi chạy ngược chạy xuôi với các chương trình tuyển chọn diễn viên. Có điều là thời này, đàn bà con gái quá nhiều mà việc làm thì quá ít (stop, cắt).

Mày vội lên tiếng để nói rằng đây là một casting nghiệp dư, rằng đây là một buổi quay phim tình cờ ngoại lệ về một cô người mẫu thú vị và người ta sẽ gọi lại cho cô gái ngay ngày mai để có thể thực hiện được casting này.

Alfred Duler hỏi liệu có thể sửa sang tút tiếc thước phim sau khi quay để màu da của cô ta trở nên sáng lên không.

- Chắc chắn là không có vấn đề gì. Chúng tôi sẽ làm cho cô ấy trở thành một nữ công dân Pháp chính hiệu.

Mụ giám đốc quảng cáo bên công ty Duler như một miếng giò mỡ to tướng trong bộ đồ vét hiệu Zara hôm nay chỉ mở miệng đúng một lần để nói câu này:

- Điều chúng ta cần là kích thích sự thèm muốn.

Thật ấn tượng! Bạn cứ thử ngắm nhìn tất cả cái đám đàn bà kia đề thấy rằng, những mụ đàn bà chẳng bao giờ được đàn ông sờ mó đến như thế kia đang hùng hục làm việc suốt ngày đêm để gây kích thích sự thèm muốn cho hàng triệu người tiêu thụ.

Mụ già sản xuất chương trình truyền hình ghi vào sổ tay: "OK, Tamara chờ cuộc gọi và cần phải trò chuyện với bộ phận họa sĩ và mỹ phẩm, để làm da mặt sáng ra".

Alfred Duler nói tiếp:

- Tôi muốn bổ sung thêm rằng, chúng ta rất hãnh diện khi được hợp tác với Enrique, ngôi sao của ngành quảng cáo, bởi hầu như ai cũng biết rằng, băng cát-xét của anh thật là tuyệt diệu, rằng anh là một chuyên gia rất chuyên nghiệp trong cách tiếp cận quảng cáo bằng thị giác.

(Lời người phiên dịch: "Chúng ta đã chọn được một đạo diễn dễ bảo, và ông là người không thay đổi bất cứ từ nào trong kịch bản")

- Đúng, Enrique, tôi tán thưởng điều cậu vừa nói về nhãn hiệu sản phẩm. Tất cả chúng ta đều thừa biết rằng, đây không phải là Câu lạc bộ những người yêu thơ. Điều cơ bản là làm sao để khách hàng có thể nhận ra logo của Maigrellet ngay từ những phút đầu tiên trên màn hình.

- Si, si. *Tui định* làm *mốt packshot* rất sáng láng.

- Đúng thế, Jef nói thêm, - nói chung, đoạn phim sẽ thể hiện một bầu không khí chói nắng nhưng là chói nắng theo kiểu clean – trong trắng, trinh bạch.

Mụ già phụ trách hóa trang nêu ra ý kiến:

- Tôi nghĩ rằng, tất cả mọi thứ phải thật tuyệt, làm sao để quần áo trông không buồn tẻ là được.

Rồi mụ ta vung những chiếc ao phông màu lên trước mắt chúng tôi.

- Ta có thể chọn những tông màu sáng – kiểu *flashy* rực mắt như thế này.

- Đương nhiên rồi – một trong những gã phụ trách thương hiệu đáo nhằm biện hộ lý do họ có mặt ở hội nghị PPM này (và nói rộng ra thì ở cả trong công ty Madone nữa), - dĩ nhiên, nhưng chúng ta cần một phong cách "bốn mùa" bởi phim quảng cáo được giới thiệu quanh năm mà.

- So với những gì ta đã nói ở hội nghị ngày 12 – mụ giám đốc tài chính cất lời. Nhiệm vụ chính của mụ là kiểm soát đầu ra của các sản phẩm quảng cáo từ ngân sách của Madone, phê bình tất cả mọi thứ và giảm nguồn chi phí xuống (tất tật chi phí, trừ lương của mụ).

- Tôi muốn khuyên các bạn nên làm phim theo kiểu thoải mái, thú vị, hấp dẫn hơn chút nữa…

- Dĩ nhiên – Jef đế theo – điều này đã được thông qua tại cuộc họp ngày 12 rồi cơ mà!

Tất cả đều có vẻ xớn xác hệt như những con gà lôi vào mùa động đực. Mụ già phụ trách hóa trang cũng đỏ rực lên như cái áo phông của mụ.

- Tôi đã mang chiếc áo sơ mi này đến…

Tất cả mọi người đều quay ra nhận xét, bình phẩm, phê phán chiếc sơ mi – cho đến lúc nhận thấy khách hàng của họ cũng đang mặc một chiếc y hệt vậy.

- Các bạn nghe đây, - Charlie nói – chúng ta có một bản hợp đồng nền rồi nhưng ta cũng có thể cho phép mình thay đổi một số phương án khi quay phim chứ?

Mọi con mắt quay dồn lại phí Alfred Duler.

- Tôi buộc phải nhắc lại với các bạn, rằng bản quyền tác giả cho kịch bản này là thuộc về Madone và nếu khi phim dựng xong mà chúng tôi phát hiện ra có sự thay đổi thì chắc chắn chúng tôi sẽ không tiếp nhận bộ phim đó. Chúng ta có hợp đồng cụ thể, và tôi sẽ rất cương quyết ở khía cạnh này.

- Hẳn thế rồi, - Jef rên rỉ. – hãng chúng ta cam kết tuân thủ việc đưa tất cả những gì hôm nay các bạn được xem vào đoạn phim quảng cáo.

Và câu chuyện cứ tiếp tục như thế hàng giờ. Màn đêm buông xuống. Mày ngồi ghi chép lại tỉ mỉ mọi thứ, hệt như một thư ký của cơn thảm họa đương thời. Vì cuộc họp này không phải là một "chi tiết" trong lịch sử Cuộc Đại chiến Thế giới lần thứ ba.

- Cho thêm trạng từ "tham lam, ngốn ngấu" vào kịch bản phim đi. Điều đó là cần thiết đấy.

- Chúng ta có thật sự cần tới ba mươi giây không?Không lẽ chúng ta không thể kể câu chuyện trong hai mươi giây bằng cách cắt ngắn đi sao?

- OK, chúng ta sẽ cắt bớt, nhưng nếu thế thì sẽ có cảm giác gò bó…

- Ta sẽ bị cắt quá nhiều mất.

- Nếu như IPSOS không vặn lại khi thử nghiệm thì có thể giảm xuống còn 20 giây.

- Nên thay chữ "ngốn ngấu" bằng chữ "không thể cưỡng lại". Như vậy, ta đã nhấn mạnh tầm quan trọng của nó. Tôi cho đó là một vấn đề rất quan trọng cần làm.

- Cần phải làm sao để có được sản phẩm mà người ta không thể cưỡng lại được. Xin nhắc lại với các bạn rằng, trước khi phát sóng đoạn

phim quảng cáo ra công chúng, ta phải thử nghiệm trước. Và nếu các thử nghiệm của chúng ta không mang lại kết quả khả quan thì đoạn phim quảng cáo sẽ bị vứt vào sọt rác.

- Được rồi, quý vị nghe này, tôi đọc lại dự án của chúng ta nhé: “Tiêu thụ sản phẩm: sau khi mở hũ Mairgellet, người phụ nữ dùng thìa thưởng thức sữa chua với sự háo hức không thể cưỡng lại”.

- Octave, ông có thấy buồn cười không?

- Nếu quay cảnh cô gái đang bước đi với sản phầm sữa chua trong tay thì cũng thú vị đấy.

- Không, không! Margrelette không phải thứ sữa chua ăn rong đâu nhá

Mày ghi chép lại những gì đám kia nói, bởi những điều đó quá tuyệt.

- Bây giờ chúng ta nói sang chuyện khác nhé. Nào, xin mời Tony.

- Chúng ta *đá* thăm *nhều* gia đình ở quanh Miami và thấy có nhiều phương án: các căn nhà đều *zất thoáng* với khu vườn lớn, hoặc *hiên đai hân.* Đây, thử *xem buc* ảnh với mái hiên rất rộng. Hoặc chúng ta cũng có thể quay cảnh một nông trại *chuyền thống* theo phong cách miền nam, được chứ?

- Tony, - Enrique nói, - đến lượt ông đấy. – Gợi ý của ông thế nào?

- Tớ cho rằng, tốt hơn cả là quay những ngôi nhà *classic* với *bấc thềm* ở đằng trước, cái đó sẽ *zất* beautiful, tớ *nghí thế.* Không nên tạo ra một clip *buồn tè,* đúng không?

- Nếu ông ok thì tôi cũng ok.

- Nào, ta quay lại với đoạn phim quảng cáo sản phẩm nào.

- Cần phải làm sao để loại sữa chua này hòa hợp vào cuộc sống… nói thế nào nhỉ… kiểu như một hũ Maigrellete nằm trên bãi cỏ để nhất mạnh ý tưởng về thiên nhiên.

- Đâu là một loại sản phẩm giải trí nhưng cũng ẩn chứa trong mình nguồn năng lượng mạnh mẽ cho sức khỏe.

- Giá trị chính yếu và cuối cùng của chúng ta là tình yêu – cuối cùng thì Alfred Duler cũng lên tiếng. Các khách hàng của chúng ta không mua sữa chua, mà là tình yêu.

(Có lẽ Tamara sẽ thích lắm đây, mày nghĩ). Chúng ta không bán sữa chua mà bán sữa mẹ! Chính vì thế mà công ty chúng ta mới là công ty *Worldwide.* Tình yêu là thứ mang tính toàn cầu! Chúng ta cần phải tư duy Worldwide và hành động Worldwide! Tôi nghĩ đó chính là sứ mệnh của Mairgellet.

Bỗng nhiên, Philippe tiến vào, chẳng hề làm thủ tục gõ cửa. Lão ta đề nghị mọi người cứ tiếp tục chứ đừng nên để ý đến mình. Vậy nhưng, người ta vẫn phải tiến hành cuộc họp từ đầu, chỉ có điều, cuộc họp thỉnh thoảng bị phá quấy bởi chiếc điện thoại di động mà hắn quên không khóa lại.

- Đây là một phụ nữ theo đúng nghĩa của từ này. Nàng mặc một chiếc quần jean thô thiển, một chiếc áo phông dài tay – cậu có hiểu ý tớ định nói gì không? Ngay từ những phút đầu tiên phải khơi gợi được ở khán giả cảm giác lịch lãm có phần hơi cẩu thả.

- Đây là Sharon Stone tóc đen và trẻ hơn chút.

- Cậu có chắc là quý bà Michu từ Valenciennes nào đó sẽ nhận ra mình ở đây chứ?

- Nên lưu ý rằng nhân vật này là một quý bà thuộc tần lớp trung lưu nhưng hơi ngộ nghĩnh.

- Mụ ấy nom không giống người Châu Âu lắm.

- Chúng ta chẳng có gì để chống lại đám dân Bắc Phi nhưng sợ là nhóm khách hàng mục tiêu của chúng ta lại không tìm thấy sự đồng cảm với bà ta ấy chứ.

- Có gì đáng sợ đâu! Đúng là bà ta có dàng dấp của người miền Nam, nhưng điều này lại đang là mốt đấy. Mốt bây giờ đang là kiểu nước da ngăm ngăm như Ines Sastre, Jennifer Lopez. Salma Hayek hay Penelope Cruz/ Nghĩa là những nhân vật này không phải là những người có nước da sáng bóng.

- Salma Hayek là ai vậy?

- Enrique đã xem 80 em trình diễn và nhận xết rằng, em này ăn ảnh hơn cả.

- Em này hoàn toàn đáp ứng được tinh thần cũng nhãn hiệu sản phẩm – tự do, nhục cảm – những gì cần thiết cho Mairgellet.

- Đúng, sẽ rất *magnifico* đấy.

- *Very cute*[22].

- Nhưng ai là Salma Hayek đấy?

- Đúng là em này biết truyền cảm xúc của mình một cách thực thụ trong đoạn phim.

- Tôi không phản đối sự lựa chọn này, nhưng mà có lẽ chỉ sau khi ta gọi cô nàng đến để quay thử lần nữa.

- “Bầu không khí của căn nhà ngoại ô thật êm ả nhưng năng động. Cỏ sẽ phải xanh màu xanh pha vàng (theo kiểu miền nam). Am thanh tự nhiên, chim hót véo von”.

- Nên thêm cả tiếng dế vào nữa.

- Mà Salma Hayek là ai chứ?

- Là một mỹ nhân của làng thời trang châu Mỹ la tinh.

- Cô nàng đã từng lên bìa tạp chí Vogue bằng tiếng Anh, số tháng chín.

- Tôi chẳng biết đâu.

Gần như quá căng thẳng, mụ già phụ trách hóa trang bày lên bàn hai chục cặp kính râm để cho khách hàng chọn lấy cặp mà Tamara sẽ đeo lên đầu. Sau khi thảo luận chừng vài chục phút, cuối cùng người ta quyết định mang hết chỗ kính kia đến nơi quay phim để lựa chọn tại hiện trường (nghĩa là người ta quyết định rằng tạm thời chưa quyết định gì hết).

- Phần âm nhạc: người ta đã gửi băng cát xét của năm diễn viên. Thử nghe phương án 1 nhé: quá kiểu cách.

Phương án 2: Quá khó chịu.

Phương án 3: Quá màu mè.

Phương án 4: Quá chậm.

Phương án 5: Quá chán.

“Để phối hợp hành động – mụ sản xuất chương trình tuyền hình ghi chép vào sổ - yêu cầu các nhạc công làm lại nền nhạc.”

- Tôi phản đối việc quay từ dưới lên trong khi diễn ra chương trình thử nghiệm sản phẩm. Tôi sợ rằng, thân hình cô gái sẽ bị biến dạng. Có lẽ tôi thích một cái gì đó cổ điển hơn trong mối tương quan với khái niệm thương hiệu.

Chính lúc ấy, Charlie đã chớp lấy cơ hội để được tôi thết đãi một bữa ăn tối ở nhà hàng Apicius.

- Ông có nhận thấy điều này “gây thấp thỏm lo âu” không? Ta có thể làm cho nó “giảm bớt” đi.

Vị Tổng giám đốc Philippe đứng lên và trước khi rời phòng họp, ông ta quay lại phía mụ già sản xuất chương trình truyền hình rồi nói:

- Hoan hô, Martine, cuộc họp được tổ chức rất tốt, đúng là một việc làm tốt. À mà chị mới vào công ty hả? Vậy thì, tôi hi vọng rằng, Rosse sẽ khiến chị cảm thấy thích thú. Marc thật cừ khi tuyển được những người cừ khôi như chị vào làm việc.

- Thưa ngài Philippe, tên tôi là Monique và tôi làm việc ở đây đã năm năm – mụ đáp lại với một vẻ lạnh lùng, và trong trường hợp này thì mụ ta có thể biện hộ cho mình được.

7.

Và bây giờ đây thì mày hoàn toàn gầy đét. Trong vòng 17 tháng, mày đã sụt mất 17 cân. Từ thuở nào, mày chỉ nạp năng lượng cho mình bằng hai ống mũi. Mỗi sáng, mày thức dậy với một khối thạch cao

cứng đờ trong ống mũi. Mày đến văn phòng lúc 5 giờ 35 chiều. Khi Marc Marronnier nhắc nhở này thì mày trả lời hậm hực:

- Tôi sẽ đình công cho tới khi nào anh đuổi việc tôi.

- Chuyện gì xảy ra với cậu thế? Cậu muốn tăng lương hay sao?

- Không, tôi chỉ muốn tung hê hết tất cả.

- Không lẽ người ta đang săn cậu sang bên CLM hay BDDP sao?

- Không, không, trời ạ, tôi chỉ muốn thôi việc! Anh không để ý thấy tôi đang chết mòn đấy hay sao? Xem tôi có như một bộ xương hay không?

- Chuyện giống "cây sào móc áo" Kate Moss sẽ chẳng bao giờ trở thành cớ để cậu thôi việc đâu nhá.

- Nhưng tôi sắp chết vì bệnh u não đấy.

- Không có chuyện đó đâu nhé, cậu làm gì có não đâu.

- Nhưng mà tôi càng ngày càng bớt xuất hiện trước công chúng.

- Tớ biết, nhưng bọn tớ cần cậu để đại diện.

Mày diện bộ vest hiệu Eric Bergere, sơ mi hiệu Hedi Slimane mua từ cửa hàng chuyên kinh doanh quần áo nam giới Saint Laurent, chân dận đôi giày Berluti, tay đeo đồng hồ Royal Oak mua từ cửa hàng Audemars Piguet (trong khi đang chờ chiếc Samsung Watch Phone đời mới), cặp kính hiệu StarckEyes, quần lót Banana Republic mua tận New York. Mày sở hữu một căn hộ năm phòng ở Saint-Germain des Pres do Christian Liaigre trang trí nội thất. Trong danh mục tài sản của mày còn có cả những thứ sau:

- Dàn máy hi-fi Bang & Olufsen với 10 đầu đọc CD có thể lập trình từ xa;

- Một máy điện thoại Cosmo vệ tinh hai băng GSM kèm hệ thống fax;

- Sáu ghế tựa đời vua Louis XV là tài sản thừa kế từ ông bà;

- Một ghế đẩu "Barcelona" của Miss van der Tode;

- Tủ sách của Jean Prouve với bộ tác phẩm toàn tập của Pleiade (nhưng không bao giờ mở ra đọc);

- Máy ghi hình tri-standard Sony;

- Chiếc ti vi Fiat đời mới màn hình phẳng của hãng Philips;

- Đầu đọc DVD di động Sony Glasstron;

- Lounge Chair – một loại ghế để nằm thư giãn của Charles Eames (1956);

- Máy trò chơi điện tử Sony Playstation;

- Tủ lạnh hai cửa General Electric (chất đầy trứng cá hồi Petrssian, gan ngỗng với nấm đất truffe của hãng La Petite Auberge, rượu Champagne Cristal Roederer) với khoang đông lạnh khổng lồ và máy tạo đá cục tự động;

- Máy quay phim kỹ thuật số Sony PCI (trọng lượng 369 gam, chiều cao 12 cm, chiều rộng – 5cm);

- Máy ảnh kỹ thuật số Leica Digilux Zoom;

- 24 cốc pha lê hiệu Puiforcat;

- Ba ấn họa bản gốc của Jean Francois Jouvelle;

- Bức tranh Basquiat ba mét vuông và một bức họa của David Hockney;

- Một tấm áp phích của Jean Cocteau;

- Chiếc bàn thấp bằng gỗ mun Modenature;

- Một số bức tranh gốc của Poerre Le Tan, Edmond Kiraz, Rene Gruan, Jean-Jacques Sempe, Jean-Philippe Delhomme, Voutch, Mats Gustafson;

- Một cây đèn tooc – sê của Urban Outfitters;

- Tám chiếc gối màu be trắng may bằng chất liệu ca-sơ-mia Ấn Độ, mua ở cửa hàng Maison de Famille;

- Thủ bút của Laetitia Casta được đóng khung cẩn thận;

- Các bức chân dung của mày do Mario Testino, Ellenvon Unwerth, Jean-Baptiste Mondino, Bettina Rheims, Dominique Issermann vẽ;

- Những bức ảnh của mày chụp cùng Ines Sastres, Gerand Depardieu, Ridley Scott, Eva Herzigova, Naomi Campbell, Caria Bruni, David Lynch, Thierry Ardisson;

- Một hầm đầy rượu vang Booc-đô danh tiếng của nhà sản xuất Auge (116, đại lộ Hausmann, Paris quận 8) gồm nhiều loại: Chasse-Spleen, Lynch Bages, Talbot, Petrus, Haut Brion Smith Haut Laffitte, Chevak Bkanc, Margaux Latour, Mouton Rothschild…

- Một nghìn đĩa compact, DVD, CD roms và băng videocatsset VHS;

- Một con Mercedes Z3 ngoài bãi đỗ trả tiền thuê từng năm, phía dưới quán Café de Flore;

- Một chiếc SDF thứ hai đỗ ngay dưới nhà mày;

- Năm đôi giày hiệu Berluti, ba đôi Nike Air Max, một đôi Adidas Micropacer (với đồng hồ tính giờ cấy bên trong và một máy tính bé tẹo có thể đo được khoảng cự li đã đi)

- Ba chiếc măng tô bằng lên ca-sơ-mia hiệu Hermes và ba chiếc bằng da nai hiệu Louis Vuitton;

- Năm bộ đồ hiệu Dolce e Gabbana và năm bộ khác hiệu Richard James;

- Cuốn photo album Sumo khổng lồ của Helmut Newton do nhà xuất bản Taschen ấn hành (khổ 50x70 cm) với hộp bìa giới thiệu do Philippe Starck vẽ;

- Năm chiếc quần jeans hiệu Helmut Lang và năm đôi giày hiệu Gucci;

- Hai mươi chiếc áo sơ mi hiệu Prada và hai mươi chiếc ao phông hiệu Muji;

- Mười chiếc ao pull chui cổ bằng chất liệu ca-sơ-mia cao cấp của hãng Huseyn Chalayan và mười chiếc của hãng Lucien Pellet-Finet (tất cả những thứ quần áo không được làm từ chất liệu ca-sơ-mia đều khiến cho mày ngứa ngáy không chịu nỗi, trừ len vigogne bằng lông lạc đà Andes vùng Nam Mỹ);

- Tủ đựng quần áo âm tường với đầy đủ bộ sưu tập hiệu APC trong mười mùa vụ vừa qua;

- Bức tranh của Ruben Alterio;

- Mười cặp kính râm hiệu Cutler & Gross;

- Buồng tắm được trang bị hoàn toàn theo phong cách Calvin Klein (khăn tắm, áo choàng, hộp đựng xà phòng, mỹ phẩm, nước hoa, trừ nước xịt thơm là của Kiehl's-New York);

- Một chiếc laptop màu hồng có chứa bản thảo cuốn sách này, chiếc khác màu da cam kết nối Internet không dây và một máy in màu Epson Stylus 740.

Phần lớn những thứ khác mà mày có thường là hàng hiệu Colette, và nếu không phải là hãng này thì cũng là hãng Catherine Memmi. Còn nếu không phải là cả hai hãng này thì có nghĩa là mày không phải ở nhà mình.

Mày thường ăn tối ở nhà hàng, nơi hóa đơn tính tiền không dưới 100 euro một người. Khi đi du lịch đó đây, mày thường dừng chân tại các khách sạn thuộc chuỗi Relais hoặc lâu đài Chateaux. Đã ba năm nay, mày chỉ ngồi khoang thương gia mỗi khi bay đi đâu đó (nếu không đầu mày sẽ bị ngoẹo trong khi ngủ). Trong khoang thương gia, mày được phát loại chăn làm bằng chất liệu ca-sơ-mia (nếu không thì mày sẽ ngứa ngáy ngay lập tức). Mà tiện đây, tôi cũng xin thông báo: vé khứ hồi Paris-Miami hạng thương gia có giá 62.000 phờ-răng (chừng 10 nghìn euro).

Với tất cả những thứ thuộc về mày, và với cuộc sống sang trọng, xa hoa như vậy thì theo lô gich mà nói, mày phải là kẻ sung sướng, hạnh phúc lắm. Thế mà, cơn cớ nào mà mày lại cảm thấy khó chịu cơ chứ? Tại sao mày cứ nhét đầy lỗ mũi mình với cái thứ độc tố màu trắng ấy? Tại sao mày lại có thể bất hạnh với hai triệu euro trong tài khoản ngân hàng? Nếu mày là kẻ cùng đường thì ai sẽ nằm dưới đấy đằng kia?

Cách đây không lâu, mày khóc bù lu bù loa trước cửa hàng Bonpoint trên phố University. Ngắm nghía những chiếc giường trẻ con xinh xinh màu trắng, những chiếc đèn hình thú nuôi, những bộ quần liền áo cộc tay giá 360 phờ-răng hay chiếc áo phông mini giá 620 phờ-răng dành cho trẻ em ba tháng tuổi, mày đã nức nở như một thằng điên. Đám khách hàng các bà các cô từ trong cửa hàng đi ra đều lắc đầu thương hại và đinh ninh cái con người khốn khổ đang thổn thức trước quầy hàng kia hẳn đã mất đứa con trong một tai nạn xe hơi, nhưng, than ôi, để mất đi đứa con, mày đâu cần phải rống lên như vậy.

Nhưng rồi cũng có lúc mày lúng túng nơi cuống họng. Bước vào gian bếp rộng thênh thang, mày tiến tới tủ lạnh tối tân. Cánh cửa tủ lạnh phản chiếu hình ảnh mày trong đó. Mày bồn chồn ấn nút xả đá. Đá tràn ra đầy ly rượu vodka Absolut. Và mày cứ ấn tay lên nút đó cho tới khi cả nền nhà bếp tràn ngập những mẩu đá vụn. Rồi mày để máy ở chế độ “đá bào”. Mày lại bấm tiếp. Đá vụn đổ ào xuống nền cẩm thạch đen. Mày ngắm nghía khuôn mặt mình phản chiếu trong chiếc tủ lạnh đắt nhất thế giới. Làm một thằng độc thân bất trị vẫn còn dễ biết bao khi biết rằng, trong ngôi nhà này còn có một người nào đó đang yêu thương chờ đón mày. Mày say cocain đến nỗi hít cả rượu vodka vào mũi qua cái ống hít. Rồi mày cảm thấy như sắp đến lúc lăn kềnh càng ra. Mày nhìn thấy sự đốn mạt của mình trong gương: liệu mày có biết rằng, từ “narcissique” – nghĩa là tự kỷ và “narcotique” – ma túy, đều có cùng một gốc không? Mày trút hết khoang đá vụn xuống sàn nhà. Mày trượt chân ngã xuống lớp tuyết vụn dày mười centimet. Mày chết đuối trong lớp đá lạnh cứng Có gì không nếu mày nhắm mắt ngủ giữa đảo băng mini này? Nhắm mắt thiếp đi như một quả ô liu chìm xuống dưới đáy cốc khổng lồ của căn bếp. Tàu Titanic vĩnh viễn biến mất trong lòng “Absolut”. Mày trôi nổi trên một bãi trượt băng nhân tạo. Đôi má lạnh ngắt của mày dính chặt vào nền đá cẩm thạch. Dưới người mày cơ man nào là đá lạnh, đủ để giải khát cho cả một trung đoàn. Hơn nữa, mày chính là một trung đoàn, một đội quân Napoleon đang rút lui khỏi nước Nga. Mày mút sàn đá cẩm thạch. Mày nuốt máu đang chảy thẳng từ

mũi vào trong cổ họng mày. Và mày vẫn còn đủ thì giờ để gọi cấp cứu bằng điện thoại di động trước khi bất tỉnh.

Ta sẽ gặp lại nhau sau ít phút quảng cáo:

MỘT NGƯỜI ĐÀN ÔNG TRẺ TUỔI GHÉ VÀO MỘT HIỆU GIẶT TỰ ĐỘNG VÀ DỪNG LẠI TRƯỚC MỘT MÁY GIẶT KHỔNG LỒ CÓ CHIỀU CAO HAI MÉT. GÃ VỨT VÀO ĐỒNG XU VÀO TRONG KHE, LÔI TỪ TRONG TÚI RA MỘT GÓI BỘT GIẶT HIỆU ARIEL, ĐỔ BỘT GIẶT VÀO TAY VÀ HÍT BẰNG MŨI. GÃ LẮC LẮC ĐẦU NHƯ THỂ BỘT GIẶT ARIEL MÀ MÌNH VỪA HÍT ĐÃ LÀM CHO GÃ TỈNH TÁO, RỒI MỞ CÁNH CỬA MÁY GIẶT VÀ CỨ NGUYÊN QUẦN ÁO CHUI VÀO TRONG KHOANG. GÃ NGỒI XỔM TRONG KHOANG QUAY LI TÂM. KHI GÃ ĐÓNG CỬA LẠI, MÁY GIẶT LẬP TỨC VẬN HÀNH. GÃ LẬP TỨC BỊ QUAY TỨ PHÍA, NGƯỜI SŨNG NƯỚC NÓNG. CAMERA QUAY TÍT 360 NHẰM CHO TA THẤY TỐC ĐỘ QUAY NHANH BÊN TRONG KHOANG GIẶT. BỖNG NHIÊN, MÁY GIẶT DỪNG LẠI. GÃ ĐÀN ÔNG BÊN TRONG MÁY GIẶT NHÌN THẤY MỘT PHỤ NỮ TRẺ ĂN MẶC SEXY TRONG CHIẾC VÁY NGẮN TIẾN VÀO HIỆU GIẶT. NÀNG BƯỚC ĐẾN CỖ MÁY KHỔNG LỒ VÀ NHÌN THẤY NGƯỜI ĐÀN ÔNG TRONG KHOANG. NÀNG MỞ NẮP KHOANG GIẶT VÀ MỈM CƯỜI VỚI HẮN. GÃ ĐÀN ÔNG NHỔ RA MỘT NGỤM NƯỚC XÀ PHÒNG. NGƯỜI PHỤ NỮ MỈM CƯỜI KHI TRÔNG THẤY GÓI BỘT GIẶT ĐẶT TRƯỚC CỖ MÁY. NÀNG CỞI VÁY VÀ QUẦN LÓT RA, NÉM CHÚNG VÀO NGƯỜI ĐÀN ÔNG TRONG KHOANG GIẶT RỒI ĐÓNG CỬA LẠI VÀ CHO MÁY QUAY. NGƯỜI ĐÀN ÔNG TRẺ TUỔI CHẾT VÀ ĐANG THỔI VÀO CỬA KÍNH NHỮNG CHIẾC BONG BÓNG CÀ PHÒNG.

LOGO VÀ PACKSHOT CHỤP CẢ GÓI ARIEL VỚI SLOGAN "ARIEL RLTRA, SIÊU SẠCH NGAY CẢ TRONG MÁY. "

III. Hắn

"Đã có lúc các quốc gia có nền công nghiệp tiên tiến và giàu có, với vô khối cửa hàng bách hoá mở ra cho mình một biểu tượng mới của niềm tin, một dự án xứng đáng với những nỗ lực cũng như mong đợi của con người trong suốt nhiều thiên niên kỷ: biến thế giới này trở thành một xí nghiệp khổng lồ duy nhất."

RENÉ – VICTOR PILHES

Kẻ nguyền rủa – 1974

1.

Theo số liệu của Tổ chức chữ thập đỏ, một tỉ người trên hành tinh chúng ta đang sống trong các khu ổ chuột. Và điều này cũng chẳng ngăn được Octave lấy lại sự thèm ăn: hãy nhìn cách hắn gặm móng tay một cách ngấu nghiến xem. Và đó cũng chỉ là bước mở đầu. Marronnier đã thu xếp cho hắn đến cai nghiện ma tuý một tháng ở Phòng khám Bellevue (số 8 phố Mười một Tháng mười một ở Meudon) vì Trung tâm Kate Barry ở Soissons đã hết chỗ. Các chuyên gia sáng tạo cũng giống đám bác sĩ kiêm đại lý phân phối của cuộc thi xe đạp Vòng quanh nước Pháp ở điểm này: họ cho các nhà vô địch của mình sử dụng dopping để lấy huân huy chương và chữa trị cho họ khi họ bị gãy cổ hay vỡ mõm. Đó là nguyên nhân vì sao Octave đã lăn từ HP sang HP - từ Hôtel Particulier (Biệt dinh) sang Hôpital Psychiatrique (Bệnh viện tâm thần).

Mỗi sáng, hắn đi bộ trong công viên, giữa những cây sồi hàng trăm năm tuổi và đám bệnh nhân tâm thần. Hắn chỉ thích đọc văn của các

nhà văn từng tự tử: Hemingway, Kawabata, Gary, Chamfort, Sénèque, Rigaut, Petrone, Pavese, Lafargue, Crevel, Zweig, Drieu, Montherlant, Mishima, Debord, Lamarche-Vadel, và không quên đàn bà: Sylvia Plath và Virginia Woolf. (Những ai đọc tiểu thuyết của các nhà văn tự tử thường được kính trọng đến suốt đời). Để khuyến khích động viên người bệnh, các đồng nghiệp của hắn đã gửi cho hắn một gói bột Francine bằng đường chuyển phát nhanh. Nhưng, vị bác sĩ điều trị của hắn không thích trò đùa ngớ ngẩn này. Octave bắt đầu mỉm cười trở lại được. Cách chữa trị bằng công cụ thí nghiệm BP 897 cần phải giúp hắn dứt ra khỏi sự phụ thuộc vào cocain. Nếu mọi việc diễn ra tốt đẹp, hắn sẽ có thể nhìn tấm thẻ tín dụng của mình mà không hắt hơi.

Trong nhà ăn, hắn được biết về nhiều căn bệnh mới. Chẳng hạn, gã bệnh nhân ở tầng gác bên cạnh giải thích với hắn rằng anh ta mắc chứng bệnh Sidophile[23].

- Chính vì mắc chứng bệnh này mà tớ bị tống vào đây. Mà kiểu gì thì tớ cũng sắp ngoẻo rồi. Tạm thời thì tớ thấy khoẻ, đúng, khoẻ. Tớ khoẻ tớ khoẻ tớ khoẻ tớ khoẻ, ở đây tớ khoẻ…

Hắn sặc và phun ra một ít và rốt nghiền nhừ ra chiếc cằm lún phún lông măng của mình.

- Tớ cũng thế, - Octave nói, - tớ cũng khổ sở về căn bệnh tâm thần tình dục. Đó là căn bệnh ái quá khứ.

- Thế bệnh đó như thế nào?

- Là cứ bị ám ảnh về cô tình nhân trước đây. Nhưng bây giờ tớ cũng thấy khoẻ, tớ rất khoẻ, rất khoẻ, tớ khoẻ khoẻ khoẻ, khoẻ.

Sophie không đến thăm hắn. Liệu nàng có biết rằng hắn đang nằm viện không? Ba tuần nay, Octave thường cười khi nhìn thấy đám bệnh

nhân tâm thần phân lập nhăn nhó trong khu vườn. Cảnh tượng này làm hắn nhớ đến công ty mình.

- Cuộc đời gồm có những cái cây, đám dở người dở ngợm và những chú sóc.

Đúng, có thể xác nhận rằng, tình trạng của hắn đã đỡ hơn: giờ đây hắn thủ dâm một ngày sáu lần. Tuy vậy, còn quá sớm để khẳng định điều này – có thể Octave chưa hoàn toàn khỏi bệnh.

Dù sao thì cũng đã đến lúc hắn phải thay đổi bản thân. Hắn gắn mình với quá nhiều thứ của thập niên 80 cùng cocain, những bộ vest màu đen, tiền bạc, đám gái dở hơi cũng như thói đê tiện bỉ ổi rẻ tiền của mình. Giờ đây, mốt đã tiến triển hơn: giờ đây không nên phô trương thành tích hay công ăn việc làm của mình mà nên giả nghèo, giả khổ. Những kẻ thất bại đã trở nên nổi tiếng từ những năm đầu tiên của thế kỷ mới. Đám chuyên nghiệp và yêu lao động tìm cách để được giống với lũ lêu lổng viêm màng túi. Chẳng còn phong cách Séguéla với những chàng trai ồn ào, rám nắng, sành điệu, dung tục, chấm hết phong cách quảng cáo Ridley Scott với những quán bar cũ kỹ có bức mành cửa kéo lên hạ xuống hay chiếc quạt trần. Cũng giống như tất cả mọi thứ khác, quảng cáo mang những tố tính của các xu hướng mốt: trông thập niên 50 là trò chơi chữ nghĩa; thập niên 60 là kịch; thập niên 70 là các nhóm bạn trẻ thích tụ tập, nhậu nhẹt; thập niên 80 là diễn xuất múa hát; thập niên 90 là sự tương phản, ngăn cách với thiên hạ. Giờ đây, người ta cần phải dận một đôi Adidas cũ, diện một áo phông Gap thủng, một quần jean Helmut Lang mài bạc màu và chăm chút bộ râu của mình sao cho nó thiên hạ hiểu rằng đã ba ngày rồi bạn chưa cạo. Mốt bây giờ là một mái tóc nhờn dơ dáy với món tóc mai rũ xuống má, chiếc mũ len và khuôn mặt hốc hác hệt như trong tạp chí *Dazed & Confused,* những clip phim đen trắng, trong đó đám nhạc công ở trần ốm nhách vì nhịn ăn chơi ghi ta. (Hoặc những chiếc xe Limousin sang trọng từ từ lăn bánh trên nền xanh nhạt, chạy qua những toà nhà sang màu và đám thanh niên choai choai Porto Rico chơi bóng chuyền dưới

mưa). Sự giàu có của bạn càng quái đản bao nhiêu(mà với sự xuất hiện của Internet thì khối tài sản của nhiều người đã được bổ sung thêm ba con số không), người ta nom lại càng giống những tay du thủ du thực, vô gia cư, vô nghề nghiệp. Tất cả đám tỉ phú mới nổi đều dận giày bát két thối. Octave đã quyết định rằng, ngay khi xuất viện, hắn sẽ đến gặp gã vô gia cư giống hệt hắn để xin tư vấn về phong cách mốt mới.

- Ấn tượng thật lạ lùng: thuở nhỏ, tớ cứ nghĩ năm 2000 là một cái gì đó như khoa học viễn tưởng vậy. Có lẽ, tớ lớn nhanh quá, vì một năm nữa lại đến rồi.

Octave có khá nhiều thì giờ để suy nghĩ trong toà nhà to lớn cuối thế kỷ XIX. Dường như thời gian ở Meudon trôi chậm hơn so với những nơi khác. Octave thơ thẩn trên bãi cỏ và nhặt một hòn sỏi có lẽ không dưới hai nghìn năm tuổi. Khác với các loại tuýp kem đánh răng, những hòn sỏi không bao giờ chết. Hắn ném hòn sỏi ra xa, dưới một cái cây. Vào lúc bạn đọc những dòng này, hòn sỏi vẫn nằm yên tại đó. Và nó hẳn vẫn còn nằm đó vài nghìn năm nữa. Vậy đấy, Octave ghen tỵ với một hòn sỏi.

Hắn sáng tác những dòng như thế này:

Hắn trao cho anh ánh lộng lẫy của mái tóc em

Và thân hình trẻ trung của em

Và muối của cặp mắt em trong trẻo

Và màu thanh thiên trong cặp mắt tuyệt đẹp của em.

Nhưng hắn chẳng có ai để tặng bốn câu thơ này. Hắn bèn tặng nó cho gã bạn ái siđa trước khi rời khỏi khu cai nghiện Bellevue.

- Cậu hãy tặng nó cho một trong những cô nàng nạn nhân của cậu ấy. Có lẽ cậu sẽ cảm thấy cảm giác xâm chiếm như thế nào khi theo dõi phản ứng của một cô nàng cầm kết quả xét nghiệm HIV dương tính trên tay.

- Nào, cho tớ xem nào… À không, cậu khùng rồi, những câu thơ của cậu quá giống loại phim giết người nhiều tập…

2.

Octave đã quay trở lại đúng hẹn với nghiệp quảng cáo bằng việc tham dự hội thảo ở Sénégal. Rosse như một trại lính, đôi khi đám cấp trên cũng cần ban cho lính lác cơ hội được "sống trại" dưới cái tên gọi "hội thảo chuyên đề về động cơ làm việc". Nói cách khác, 250 mống chuyển lên xe buýt để di chuyển đến sân bay Roissy. Trong số này có khá nhiều cô nàng thư ký đã lập gia đình (nhưng không chồng), đám nữ kế toán viên mắc chứng suy nhược thần kinh (với cả mớ thuốc chống trầm cảm), đám lãnh đạo trịch thượng gia trưởng, một cô nàng tiếp tân ngực to như quả bưởi, mụ giám đốc béo ú như khúc giò (đã trở nên tươi tỉnh như thài lài gặp cứt chó kể từ ngày được ngủ với giám đốc nhân sự) và một đám nhân viên sáng tạo đang ra sức cười hô hố với khát khao được trông giống như các chuyên gia sáng tạo thực thụ. Tất cả hát ông ổng hệt như ở quán karaoke, nếu không đủ lời, họ sẵn sàng chế ra lời bài hát mới. Họ to nhỏ buôn dưa lê và đố nhau ai sẽ ngủ với ai ở Senegal. Octave mong đợi và kỳ vọng nhiều ở đám gái điếm địa phương mà Dorothy O' Leary - một cô bạn phóng viên ở France 2, đã ca ngợi hết lời với hắn. Còn cô nàng Odile 18 tuổi với tấm lưng trần, chuỗi băng đô trên tóc, giày sục dưới chân, túi đeo bằng vải jean quàng qua vai, đang mút một cây kẹo Chupa-Chups với Coca-Cola. Có lẽ cô nàng đang "suy ngẫm về cuộc đời". Làm thế nào để nhận ra một cô gái 18 tuổi giữa cả đám con gái khác? Dễ ợt: nàng không có vết nhăn lẫn bọng dưới mắt, má nàng căng đầy như má trẻ sơ sinh, nàng đeo máy nghe nhạc Walkman, nghe nhạc Will Smith và "suy ngẫm về cuộc đời".

Odile được tuyển vào chân biên tập viên tập sự trong thời gian Octave nằm viện. Cô nàng say mê tiền bạc và danh vọng nhưng lại ra bộ giả nai. Tất cả các cô bé mới lớn đều như vậy: làn môi hé mở và cặp mắt phấn khích hệt như Audray Marnay trong sery ảnh của Terry Richardson. Giả nai vẫn là đỉnh cao của chủ nghĩa bon chen danh lợi. Odile kể cho Octave chuyện cô nàng đã tự xuyên thủng lưỡi để đeo khoen vào đó như thế nào vào một buổi chiều thứ bảy:

- Anh biết không, chẳng hề có thuốc gây tê gì đâu. Tay thợ xăm dung kìm kéo lưỡi anh ra để đâm cái đinh ốc vào tận bên trong đó. Nhưng em đảm bảo là không hề đau, chỉ hơi bất tiện một chút khi ăn thôi, nhất là lúc đầu. Hơn nữa, cái mùi lỗ khoen của em bị sưng tấy lên nên ăn gì cũng có mùi mủ.

Cô nàng chẳng bỏ cặp kính đen ra ("đây là kính điều chỉnh mà") và chỉ đọc các tạp chí thời thượng tiếng Anh xắc xơn (*Paper, Talk, Bust, Big, Bloom, Surface, Nylon. Sleazenation, Soda, Loop, Tank, Very, Composite, Frieze. Crac, Boom, Hue).* Odile ngồi cạnh Octave và tháo chiếc Walkman ra khỏi tai chỉ nhằm chuyển tải một thông điệp cho hắn rằng, nàng ta sẽ không còn xem ti vi nữa ("không lẽ lúc nào cũng chỉ có mỗi kênh Arte sao"). Octave thầm hỏi không biết hắn sẽ làm quái gì ở chốn này (câu hỏi muôn thuở kể từ ngày hắn cất tiếng khóc oe oe chào đời). Odile chỉ tay sang một toà nhà khổng lồ nằm cạnh xa lộ:

- Anh nhìn xem… Khu 4000. Em sống ở đó, ngay gần Sân vận động quốc gia. Ban đêm, đèn pha bật lên, đẹp y như trong phim *Ngày độc lập* vậy.

Nhưng Octave không có phản ứng gì. Cô nàng liền lợi dụng lúc này để buôn chuyện với cô bạn đồng nghiệp về vụ nhổ lông của họ.

- Bồ ơi, sang nay, tôi đến chỗ bà chuyên gia thẩm mỹ. Nhổ lông bằng laser khiếp quá, nhất là ở chỗ kín ấy. Nhưng nói chung là tôi hài

lòng bồ ạ.

- Ôi, nhân chuyện của bồ, bồ nhớ nhắc tôi mua kem rụng lông ở sân bay nhé.

- Mấy giờ ta đến Dakar bồ nhỉ?

- Khoảng nửa đêm. Tôi sẽ đến thẳng vũ trường luôn. Ta chỉ có ba đêm, phải tính sao cho phù hợp.

- Ồ, chết rồi, tôi quên mất băng cát xét Lara Fabian rồi bồ ơi!

- Trên máy bay tôi luôn đắp mặt nạ để tránh khô da. Tôi thường dùng nước tẩy trang, và dùng kem dưỡng da.

- Tôi thì làm móng. Sơn móng chân xong là tiếp đến móng tay.

Octave cố tập trung đầy óc. Phải làm sao học cách không cần cái thứ bột trắng kia, chấp nhận thực tế khắc nghiệt, tôn trọng người khác và trở thành một con người bình thường.

Hắn muốn đánh dấu việc xuất viện của mình bằng điều gì đó tốt đẹp, bởi vậy, hắn tung đòn thăm dò:

- Các em ơi, các em thấy sao nếu như bọn anh làm tình với các em ngay tại đây?

Cả đám phẫn nộ, và hắn thì lại cảm thấy thích thú với điều đó:

- Mẹ kiếp thằng cha tâm thần tội nghiệp!

- Thà chết rục xương còn hơn.

Hắn mỉm cười.

- Các em từ chối cũng bằng thừa. Con gái thường gật đầu khi quá muộn, khi chàng trai đã bỏ cuộc, hoặc là quá sớm, khi họ chưa hề mở lời đề nghị.

- Mà này, anh đây sẵn sàng chi những năm nghìn cơ đấy.

- Thử nghe xem anh ta nói gì kìa. Cứ làm như chúng ta là gái điếm không bằng!

- Em xem lại mình xem! Một trăm nghìn cũng chẳng ma nào thèm ngủ với em đâu nhé!

Octave cười hô hố - quá ầm ĩ để trông có vẻ tự nhiên:

- Anh báo cho các em biết nhé: Casanova thường chi tiền cho đám tình nhân, nghĩa là chuyện đó chẳng có gì là đáng hổ thẹn cả.

Rồi hắn đưa cho họ xem bức ảnh siêu âm nhận qua đường bưu điện.

- Các em thử xem, đây là đứa con tương lai của anh. Không lẽ điều này lại không gợi được ở các em sự dịu dàng đối với ông bố tội nghiệp này sao?

Nhưng với cách này, hắn đã thất bại. Khu 4000 thu nhỏ dần trong chiếc kính hậu chắn gió. Nghĩa là Octave đã mất thói quen tán gái? Nghĩa là hắn không đủ sức thuyết phục? Nếu có một điều gì đó không dung hợp được với sự mỉa mai, giễu cợt thì đó chính là sự cám dỗ. Một cô nàng trong đám gái hỏi hắn:

- Không biết anh có mang theo tạp chí trang trí nội thất không?

- Tờ nào? *Newlook? Playboy? Penthouse?*

- Ha ha. Anh chàng Octave tội nghiệp của em lúc nào cũng đùa được.

- Tớ thì nghĩ, hắn ta đúng là loại thô bỉ. Tớ cứ tưởng người ta đã chỉnh lại não cho hắn ta rồi cơ mà?

- Ôi, rõ là người ta chưa chữa xong bệnh cho hắn ta. Các cậu thử ngó hắn xem kìa – đúng là một tuýp alzheime.

Octave cúi xuống nhìn đôi bàn chân nén trong đôi giày màu tím (giá trị mỗi chân tương đương một tháng lương trợ cấp thất nghiệp). Sau đó, hắn ngẩng đầu lên, than vãn với đám gái:

- Thôi, tha cho anh đi, các tiểu thư ơi. Có bao giờ các em nghĩ rằng, tất cả những người mà các em nhìn thấy ngoài phố, tất cả những ai đi qua trước mặt các em, đều sẽ chết? Đằng kia có thằng cha ngồi sau tay lại con Audi Quattro. Và kia là con mụ thần kinh tứ tuần vừa mới đuổi kịp chúng ta trên con xe Mini Austin! Tất cả đều là cư dân sống trong các toà nhà cao tầng ẩn sau những bức tường chống ồn nhưng chẳng hề hiệu quả gì! Các em có tưởng tượng rằng, cái đám này sớm hay muộn rồi cũng sẽ biến thành một đống xác người chồng chết lên nhau không? Kể từ khi hành tinh này hình thành, 80 tỉ người đã sống ở đó. Các em hãy ghi nhớ lấy con số này! Hãy hình dung rằng, chúng ta bước trên xác của 80 tỉ người chết. Còn bây giờ hãy nghĩ xem, tất cả chúng ta, những ai chịu án treo, đều đang đào một cái huyệt khổng lồ của đống xác chết. Cuộc sống này chính là một cuộc diệt chủng chẳng kém chẳng hơn.

Giờ đây, hắn đã thật sự phá vỡ bầu không khí. Và hài lòng. Rồi khẽ nắn túi áo da hiệu Marc Jacobs tìm chiếc hộp xanh đựng thuốc ngủ Lexomil. Hộp thuốc khiến hắn yên tâm, như việc xianuya dành cho người anh hùng trong Kháng chiến trước cuộc hỏi cung của Sở mật thám Đức trên phố Lauriston sáu chục năm về trước.

3.

Chiếc máy bay chứa đầy đám chuyên gia quảng cáo. Nếu nó rơi thì đó sẽ là sự khởi đầu của cuộc diễu hành chiến thắng của Công lý. Nhưng cuộc đời đã được tạo ra một cách đều cáng như vậy, rằng máy bay chở đám chuyên gia quảng cáo sẽ không bao giờ rơi. Chỉ có những chiếc máy bay chở đầy những con người vô tội, những kẻ tình nhân mê muội, những nhà hoạt động từ thiện của nhân loại, những Otis Redding, những Lynyfd Skynyrd, những Marcel Dady, những John-John Kennedy con… mới rơi. Và điều này sẽ khiến các nhà hoạt động truyền thông thế giới rám nắng kia trở nên ngạo nghễ; họ sợ những cuộc sụp đổ trên thị trường chứng khoán hơn là sợ các vụ máy bay rơi. Octave mỉm cười khi gõ dòng này vào laptop của mình. Hắn quan trọng, hắn giàu, hắn sợ hãi - những điều đó là tương hợp với nhau. Hắn nốc một chai Vodka ngâm thuốc bổ trong khoang "Espace 127". ("Trong Espace 127, bạn sẽ cảm thấy dễ chịu khi ngồi vào những ghế bành cực kỳ thoải mái. Chúng nghiêng được 127 độ, vì đây là độ nghiêng thích hợp tự nhiên với cơ thể trong trạng thái không trọng lượng. Các dãy ghế ở khoang này được trang bị điện thoại, videoplay cá nhân và mũ chống ồn. Ghế bành trong Espace 127 mang lại cho bạn sự tiện nghi lý tưởng để làm việc và thư giản" - quảng cáo của hãng hàng không "Air France Madame".

Ở khoang thương gia, đám nhân viên bộ phận kế hoạch chiến lược đang tán tỉnh các cô nàng bên bộ phận artbuyer[24], mấy tay phó tổng đang mồi chài đám đàn bà con gái bên sản xuất chương trình truyền hình; một gã điều phối viên – chuyên gia quốc tế đang xoa đùi con mẹ giám đốc phát triển. (Trong bất cứ một xí nghiệp nào, người ta cũng dễ dàng nhận ra những cô nàng ngủ với các đồng nghiệp: họ là những kẻ duy nhất trong công ty biết ăn mặc khêu gợi.) Trò "nhảy ngựa" dưới hình thức "cuộc thảo luận chuyên đề" có mục tiêu là "thắt chặt mối quan hệ giữa các nhân viên trong tập thể công ty". Octave đã được dạy

cách chấp thuận và phục tùng trật tự này. Hơn nữa, cuộc đời là một khoảnh khắc ngắn ngủi mà chúng ta được ban tặng trên một hòn cuội quay vô hạn trong không gian, vậy cớ sao ta lại sử dụng khoảnh khắc ngắn ngủi ấy cho việc tranh luận về lợi ích của cái gọi là SỰ TỐI ƯU HOÁ? Tốt hơn hết là chấp nhận luật chơi.

- Chúng ta được rèn luyện để chấp thuận những nguyên tắc đó mà không cần phải suy nghĩ, bận tâm. Tôi lướt sóng trên vực thẳm. Nào, có ai ở đây muốn hú hí với tôi một chút không?

Trước kia, những trò khiêu khích của hắn thường khiến mọi người cười toét, còn bây giờ, chúng khiến cho người ta phiền lòng.

- Sau những gì mà con người đã tạo ra cho ông Trời, chắc lẽ Người cũng đã tự gán lấy cho mình cái nợ đời là tồn tại, các em không tin điều đó sao?

Một bầu không khí cô độc bao trùm đám đông. Hắn không ngừng mở hộp thư thoại, nhưng chỉ nghe được độc câu này:

- "Hộp thư thoại của bạn không có thông tin nào mới cả".

Octave thiếp đi khi bộ phim với sự diễn xuất của Tom Hanks (không phải là diễn viên, mà là thuốc ngủ) mới diễn ra được chừng phân nửa. Hắn mơ thấy một trận ăn chơi chè chén truỵ lạc ở Bahamas. Ở đó, hắn có cuộc "thám hiểm" vào đại bản doanh của hai "con sò" nhẵn thín không lông và tong tỏng nước của Vanessa Lorenzo và Heidi Klum. Hắn không còn nghiến răng nữa. Hắn ngỡ mình đã rũ được những thứ của nợ này. Hắn tưởng tượng hắn có chỗ lùi, lùi một bước, hai bước với một khoảng cách khá lớn. Hắn thở dài kín đáo và phun cái thứ "nước cốt dừa" ướt đẫm cả chiếc quần jean Levi-Strauss (model 501 trong bộ sưu tập "Chí tuyến buồn" thu-đông 2001).

Cả chiếc máy bay chở đầy dân quảng cáo hạ cánh. Mọi người đều nhận hành lý của mình và sau đó lên tiếp một chiếc xe buýt. Cả đám rống một bài của Fugain mà chẳng hề quan tâm đến ý nghĩa bi quan trong lời bài hát "Tôn vinh cuộc đời, tôn vinh cuộc đời, như thể ngày mai chúng ta sẽ chết. Ta hát tới tận ngày mai/ Tới tận cái chết.". Bỗng nhiên, Octace chợt hiểu tại sao con tàu vũ trụ trong phim Star Trek lại mang tên "Enterprise": hàng Rosserys & Witchcraft rất giống với con tàu vũ trụ này được phóng vào khoảng không giữa các vì sao để kiếm tìm nền văn minh ngoài trái đất. Ngoài ra, cái đám đồng nghiệp lại có những cái tai nhọn hoắt.

Vừa đến khách sạn, cả đám liền phân tán khắp nơi: một vài cô nàng nhảy ào xuống bể bơi, những nàng khác đi shopping, số khác nữa – leo lên giường đi ngủ. Những kẻ không buồn ngủ thì đến Roll's nhảy nhót với Odile có bộ ngực no nê, tràn đầy sức sống. Octace bám theo họ, mang theo chai Gordon's và châm một điếu ganja.

Trên bãi biển, sự vật dần dần hiện rõ ra. Đám con gái da đen lượn lờ. Một cô bé trong bọn buông câu:

- Anh có muốn em không? Đến loge (lều) của em đi.

Nhưng vì cô bé nói giọng địa phương Conakry nên Octave nghe ra thành:

- Anh có muốn em không? Đến loche[25] của em đi.

- Đến là buồn cười. Loge hay loche cũng đều là dối trá. Mà tất cả những thứ đó cũng bình thường thôi. Hắn lấy bàn tay che mặt, thì thào:

- Em yêu, anh không chơi gái, anh chỉ thích làm cho họ đau khổ thôi.

Khu du lịch Saly bao gồm mười lăm khách sạn được đặt dưới sự bảo vệ nghiêm ngặt của quân đội Sénégal. Hãng đã chọn Savana, một khách sạn với nhiều phòng ngủ có máy lạnh, hai bể bơi đèn bật sáng cả đêm, sân chơi ten nít, sân golf mini, trung tâm thương mại, sòng bạc và sàn nhảy - tất cả đều toạ lạc bên bờ Đại Tây Dương. Kể từ thời diễn ra các cuộc săn rượt của safari của Hemingway, châu Phi đã thay đổi nhiều. Giờ đây, phần chủ yếu của lục địa này đang bị thế giới phương tây phó mặc cho sự chết chóc và huỷ diệt vì căn bệnh thế kỷ. (bệnh AIDS đã giết chết hai triệu người dân ở đây vào năm 1998, chủ yếu chỉ vì các phòng thí nghiệm dược phẩm chế tạo ra loại thuốc đặc trị như hãng dược phẩm Mỹ Bristol-Myers-Suibb - từ chối hạ giá thuốc). Đây cũng là một địa điểm lý tưởng để thúc đẩy động cơ làm việc của đám cán bộ cấp trung: trên mảnh đất đang bị vi rút HIV, nạn tham những tàn phá cùng những cuộc chiến tranh phi nghĩa và nạn diệt chủng diễn ra liên miên, đám nhân viên quèn từ các quốc gia tư bản lấy lại lòng tin vào chế độ đã cho họ bú mớm.

Họ mua những chiếc mặt nạ làm từ gỗ mun hay đồ lưu niệm địa phương, tranh luận (hoặc ngỡ rằng họ đang tranh luận) với đám thổ dân về những đề tài tương lai, gửi về nước mớ bưu thiếp với khung cảnh trần đầy nắng ấm khiến cho gia đình họ đang cóng lạnh bởi mùa động Paris phải ghen tị với hạnh phúc của con em mình. Đám nhân viên quảng cáo nhìn nhận châu Phi như một ví dụ phủ định của cuộc sống này: các người cứ việc ngắm nhìn thoả thích, cứ việc thăm viếng nơi nọ nơi kia để rồi khi quay trở về nhà cảm thấy nhẹ người với ý nghĩ rằng, còn có những con người sống khổ sở, tồi tệ hơn họ nhiều lần. Và thời gian còn lại trong năm sẽ trở nên dễ chấp nhận hơn: châu Phi đang được dùng làm vật đối trọng đồng thời cũng nhằm để biện mình cho sự may mắn, tốt lành của họ. Đám dân nghèo chết đi có nghĩa là lũ nhà giàu có quyền được sống.

Chúng tôi rẽ sóng trên một chiếc scooter, chụp ảnh bằng máy Polaroid, chẳng ai quan tâm đến ai, tất cả đều đi dép tông. Ở châu Phi, khi một người da trắng tiếp xúc với một người da đen, trong giọng nói

của anh ta không có âm hưởng của sự khinh miệt mang tính phân biệt chúng tộc như trước nữa. Giờ đây, mọi thứ diễn ra còn tồi tệ hơn. Giờ đây, hắn nhìn đám cư dân da đen bằng con mắt thương hại của vị thầy tu đang xức giọt nước thánh cuối cùng cho một kẻ tử tù.

4.

Những mẩu chuyện trò diễn ra trên bờ bể bơi thuộc khu nghỉ dưỡng Savana Beach. Một cô nàng trợ lý ban giám đốc (lắc người rũ nước):

- Nước trong lành quá, mát quá!

Octave:

- Em cũng thế.

Một cô ả phụ trách phân bố quảng cáo (đang cắn xoài):

- Em thèm xoài thế không biết!

Octave:

- Anh cũng thèm em thế không biết!

Một nữ trợ lý giám đốc nghệ thuật (hướng về phía Cafétéria):

- Ta kiếm gì xực đi?

Octave:

- Xực ai cơ?

"Động cơ chạy hết tốc độ. Buổi sáng là những màn tâng bốc nhau theo kiểu "mẹ hát con khen hay", nơi mà thành tích công việc của hãng

được tâng bốc lên tận mây xanh. Tuy nhiên, những thuật ngữ như "tự tài trợ" và "các khoản chi trả hàng năm" vang lên nhằm biện minh cho việc không chi thưởng cuối năm. (Thật ra, tất cả tiền bạc mà chi nhánh chúng tôi kiếm được, đến cuối năm đã chảy vào túi mấy lão hói ở phố Wall, những gã chưa bao giờ đặt chân đến Paris, miệng phì phèo điếu xì gà và cũng chẳng mở miệng nói cảm ơn chúng tôi). Hệt như đám chư hầu thời trung cổ hay nạn nhân của các cuộc chiến tranh Trừng phạt, mấy vị lãnh đạo của "R&W" trút xuống dưới chân các cổ đông chiến lợi phẩm thu được trong năm, người run lên vì lo không thể đáo nợ cho khoản mua chịu toà biệt thư kế tiếp của mình. Buổi chiều dành cho việc tự phê bình nhằm tối ưu hoá năng suất lao động. Octave cho quá nhiều đá vào ly rượu gin-tonic của mình và bây giờ đang mắc chứng cảm du lịch. Ông chủ tịch Philippe và Marc Marronnier thỉnh thoảng kéo hắn ra một chỗ, thì thầm to nhỏ những chuyện kiểu như "Chúng tớ rất vui là cậu đã dứt ra được khỏi cái thứ của nợ kia. Ta sẽ không nhắc đến chuyện này nữa. Cậu thấy đấy, chúng tớ không coi những trò ngông cuồng của cậu là bình thường, vì chúng tớ là những ông chủ thời hiện đại và luôn bình tĩnh. Chúng tớ hiểu tất cả, và cậu sẽ không xin thôi việc chứ, đúng không?" Và Philippe cũng không quên nhắc lại với Octave rằng, những thước phim quảng cáo cho nhãn hàng Maigrelette được quay thành công đã đóng vai trò quan trọng như thế nào trong các mối quan hệ tốt đẹp của hãng với tập đoàn Madone.

- Chúng ta vừa có một cuộc họp về chiến lược quảng cáo với họ và tình hình của chúng ta cũng khó khăn đây.

- Xin ông đừng lo lắng, thưa Chủ tịch, em sẽ không làm điều gì ngớ ngẩn với khách hàng đâu. Với lại, như sếp biết đấy, em là người đã tìm ra nữ nhân vật lý tưởng cho đoạn phim.

- Ừ, rồi, con bé Beure[26] đó… Nhưng phải tút sửa lại ở khâu hậu kỳ đấy.

- Sếp yên tâm, cái này đã nằm trong ngân sách rồi. Sếp không hình dung được rằng chúng ta đang có nhiều cơ hội tuyệt vời như thế nào đâu: kiếm một cô em có quả mông tròn và ghép vào nó bộ mặt của đứa khác, chân cẳng thì ghép của đứa thứ ba, tay của đứa thứ tư, ngực của đứa thứ năm. Nói chung là ta tạo ra những tác phẩm chắp vá – và mọi thứ sẽ ok!

- Có lẽ các cậu nên kiếm một chuyên gia giải phẫu thẩm mỹ thay vì kiếm đạo diễn.

Octave không muốn bác bỏ, nhưng cũng không muốn hạ mình. Có lẽ đơn giản là hắn đã chín chắn hơn.

Và bỗng dưng, hắn trở nên kích động:

- Mà tại sao lại không được quay phim quảng cáo với cô bé Beure Bắc Phi nhỉ? Đừng có phát xít như đám khách hàng của chúng ta nhé! Mẹ kiếp, tôi đã chán ngấy vì đống phân phân biệt chủng tộc này rồi! Nike đã phục hồi cái dáng vẻ Pétain trên các tấm pa-nô Nikepark của mình, Nestlé từ chối mời dân da đen trong clip về bóng rổ, nhưng đó cũng chẳng phải là cái cớ để chúng ta cũng lại giống cái đám đê tiện đó! Nhưng, các vị thử nói cho tôi nghe, chúng ta sẽ đi đến đâu nếu không ai chịu mở miệng? Giờ đây, cái nền quảng táo tởm lợm đã đảo lộn tất cả mọi thứ từ chan lên đầu rồi: Gandhi bán máy tính Apple! Cậu cứ thử nghĩ xem - vị thánh chối bỏ bất cứ kỹ thuật tân tiến nào, ăn vận theo kiểu tu hành, chân đi đất, giờ đây đang biến thành một thương gia kinh doanh tin học! Picasso ngự trên loại xe Citroen, Steve McQueen ngồi sau vô lăng chiếc xe Ford, Audrey Hepburn dận giày moca Tod's! Có lẽ, họ sẽ cạy nắp hòm đứng dậy, đấy, cái đám chết tiệt khốn kiếp đã bị người ta biến thành những tên chào hàng sau khi về với Chúa. Đây thực sự là buổi quần hội của quỷ quái! Là Cannibal Holocaust[27] của những xác chết! Chúng ta đang được nạp năng lượng bằng những xác chết! Những thây ma bán sản phẩm của chúng ta! Giới hạn của sự lộng

hành này là ở đâu? Ai sẽ là kẻ ngăn cản lễ tế Tửu thần hỗn loạn này nếu như ông, ngài Philippe, một ông Sếp Lớn, lại cụp đuôi và không thể chống lại chủ nghĩa phân biệt chủng tộc cùng chủ nghĩa dân tộc của nền công nghiệp truyền thông thế giới?

- Cha mẹ ơi, cái gã này đâm ra quấy nhiễu kể từ ngày cai nghiện. Cậu tưởng tớ không bao giờ suy nghĩ về vấn đề này hay sao? Đúng là tớ cũng phát tởm lên vì những gì chúng ta tạo ra, nhưng mà, tớ còn phải nghĩ đến vợ con tớ hơn nữa, hơn nữa, tớ cũng chẳng đau khổ cuồng dại tới mức phải tạo dựng cả một cuộc cách mạng, mẹ kiếp. Octave, hãy nhún nhường chút đi! Cậu cứ việc tắt ti vi, cũng chẳng cần phải mò đến McDonald làm gì, và tớ cũng chẳng có lỗi gì trong mọi chuyện cứt đái này mà là cái đống rác rưởi này là của cậu, là lỗi của thằng đi mua giày Nike do đám công nhân nô lệ ở Indonésia sản xuất ra! Là cái thằng mồm leo lẻo chửi rủa chế độ trong khi vẫn cứ tiếp tục vận hành nó! Nói chung, hãy thôi cái trò biến tớ thằng thằng cuồng! Đúng là có những thứ khiến tớ phát ớn. Nhưng tớ không phản đối việc chọn các cô nàng da trắng vào vai cho đoạn phim quảng cáo, bởi chúng ta là những kẻ bất lực. Những kẻ phân biệt chủng tộc đích thực chính là người tiêu dùng chứ không phải doanh nghiệp quảng cáo. Cũng chẳng phải thủ thuật gì đối với đám người chết: hình ảnh người nghệ sĩ vĩ đại không bao giờ thuộc về chính anh ta,tất cả các thiên tài đều đã chui vào quan tài của mình kể cả khi còn sống. Không, cậu bé Gucche của tôi ơi, điều khiến cho tớ bực bội chính là tất cả những lễ hội mà đám dân quảng cáo nặm ra nhằm buộc người ta phải mua sản phẩm, càng nhiều càng tốt. Tớ ngán đến tận cổ khi thấy gia đình mình cũng dính vào những mánh khoé bần tiện này. Nào thì lễ Nô en - ừ thì ngày lễ này còn chấp nhận được, cho dù Ông già Nô – em vẫn là sáng chế của hệ thống phân phối Mỹ - nhưng bây giờ lại còn sinh ra Ngày của Mẹ (cảm ơn thống chết Pétain), Ngày của Cha, rồi Lễ hội Bà mang tên một nhãn hiệu cà phê, lễ Halloween, lễ Thánh Patrich, lễ tình nhân, Tết Nga, Tết Trung Hoa, ngày Nutrasweet và Tupperware…! sắp tới, trong cuốn lịch của chúng ta sẽ chẳng còn chỗ cho những ngày thường: các vị thánh sẽ được thay thế bằng 365 logo!

- Đấy, sếp thử xem, em đẩy sếp vào thế phản đối là đúng nhá. Em cũng chẳng ưa gì lễ hội Halloween thì người chết lại đến thăm chúng ta. Nói chung như vậy tiện hơn nhiều đấy chứ, chúng ta chẳng cần phải đi đâu cho mệt. Ngày lễ được giao đến tận nhà: CÁI CHẾT BẤM CHUÔNG CỬA NHÀ CẬU! Họ thích thú những trò đó. Cái chết cũng chẳng khác gì gã bưu tá, người mang đến cho ta cuốn lịch nhân ngày lễ Nô en!

- Còn em thì có cảm giác rằng, con người ta thích cải trang thành quái vật rồi nhét những cây nến vào trong quả bí hơn là nghĩ đến những người thân đã khuất. Nhưng ta hãy quay trở lại cái bảng danh sách của sếp: sếp đã quên mất lễ hội kinh doanh lớn nhất – đám cưới. Nó chính là đối tượng chủ yếu của các chiến dịch quảng cáo ngớ ngẩn cũng như các lễ hội ăn mừng kỷ niệm hàng năm, bắt đầu rầm rộ từ tháng giêng – băng rôn của "Cửa hàng Trắng của Mùa xuân" cùng bằng liệt kê các sản phẩm dành cho cặp vợ chồng trẻ của Galery Lafayette, Bon Marché, các trang bìa của mớ tạp chí dành cho phụ nữ, vụ đầu độc ngọt ngào bằng ti vi và radio vv… Các cặp vợ chồng trẻ đang loạn lên vì hàng tỷ thứ quấy rầy đầu óc cứ ngỡ rằng họ lấy nhau là vì tình yêu hoặc vì hạnh phúc gia đình, trong khi trên thực tế, họ cưới nhau là để chúng ta bán được cho họ nhiều xoong chảo, bát đĩa, khăn tắm, bình pha cà phê, đi văng, lò vi sóng… hơn.

- Này, nhân tiện, tớ nảy ra một ý… Octave, cậu có nhớ câu chuyện Barilla mà cậu đã đề nghị với chúng tớ câu slogan "hạnh phúc" ấy không?

- À, có… nhưng mà bên luật sư đã giải thích với tụi em rằng, chuyện đó là không thể được, phải vậy không sếp?

- Đúng! Vì chữ "hạnh phúc" đã xuất hiện trong thương hiệu của Nestlé rồi! "HẠNH PHÚC THUỘC VỀ NESTLÉ".

- Gượm đã, em không ngạc nhiên về điều đó, thế sếp có biết là Pepsi đang muốn đăng ký sở hữu màu xanh không?

- Hả, cái gì?

- Đúng vậy, thưa sếp, Pepsi quyết định mua và sở hữu màu này. Ngoài ra, hãng này còn tài trợ cho các chương trình giáo dục với đĩa CD room để phát miễn phí cho các trường tiểu học. Tóm lại, các bé sẽ được học trên máy tính của Pepsi; chúng quen đọc chữ "khát" trên phông nền màu xanh của Pepsi.

- Và khi chúng nhìn lên bầu trời có màu xanh Pepsi thì mắt chúng cũng ánh lên màu Pepsi. Còn khi chúng ngã xe đạp thì xương ống đồng của chúng sẽ hằn những vết bầm quay xanh Pepsi…

- Colgate cũng thế. Hãng này tặng băng videocatsset cho giáo viên để họ giải thích với lũ trỏ rằng, chúng cần đánh răng với sản phẩm Colgate.

- Có, em có nghe nói. Công ty Oréal cũng thực hiện y như vậy với loại dầu gội đầu "Petit Dop". Với họ, việc tẩy tóc tai vẫn chưa đủ, họ còn muốn tẩy luôn cả não của chúng ta.

Philippe bật cười nhưng vẫn không ngăn được Octave đang thao thao bất tuyệt:

- Em cảm thấy dễ chịu khi thấy sếp không dửng dưng với điều như thế này.

- Đơn giản là tớ rút ra điều này: vì chúng ta chẳng có gì khác nên quảng cáo mới chiếm hết chỗ trong cuộc đời chúng ta. Nó trở thành lý tưởng duy nhất của chúng ta. Đó không phải là tự nhiên mà là niềm hy vọng không chịu đựng được sự trống rỗng.

- Khiếp quá! Gượm đã, nhân tiện nói về đề tài này, em muốn kể cho sếp nghe một câu chuyện thú vị. Khi không thể tiêu thụ sản phẩm hoặc chỉ đơn thuần là muốn biện hộ cho đồng lương kếch xù của mình, các nhân viên quảng cáo bèn quyết định THAY ĐỔI BAO BÌ. Và họ trả những khoản tiền khủng khiếp cho các hãng cũng cấp dịch vụ quảng cáo nhằm thay đổi phong cách sản phẩm. Và họ tổ chức họp hành liên miên hàng giờ, vì cái cớ này. Một hôm, em tới công ty Kraft Jacobs Suchard, đến phòng làm việc của một anh chàng trẻ tuổi đầu đinh, mà hắn ta tên là Antoine Poissard… Ponchard hay Paudard gì đó, đại loại một cái tên na ná như thế…

- Poudard.

-…Đúng rồi, Poudard, cái tên không thể quên được. Hắn cho em xem một mớ logo khác nhau mà khách hàng đã đưa ra đề nghị với hắn. Hắn muốn biết ý kiến nhận xét của em. Còn bản thân hắn thì cứ hân hoan, như thể sắp đạt cơn cực khoái vậy – cơn cực khoái công sở! Ôi dào, hắn cho rằng mình là kẻ có ích và quan trọng. Hắn bày hết các dự án của mình lên sàn nhà. Bọn em ngồi đối diện nhau trong toà nhà đồ sộ tại Vélizy. Hắn mày râu nhẵn nhụi, thắt cà vạt “Tintin & Milou”, còn em như một thằng khùng hôi hám. Bọn em nốc cà phê lạnh ngắt do một mụ thư ký già ba chục năm nay chưa ai sờ mó đến mang ra phục vụ. Em nhìn thẳng vào mắt hắn và bỗng nhiên có cảm giác rằng dường như thằng cha này còn hoài nghi, như thể lần đầu tiên trong đời hắn thầm hỏi mình đang làm gì ở đây, và lúc đó, em nói với hắn rằng “nào chọn bất cứ cái nào đi! Hắn nhắm mắt bốc hú hoạ logo nào trúng vào tay đầu tiên, miệng lẩm bẩm những câu “xanh, đỏ, xanh dương, lấy cái nào cũng được!”. Giờ đây, kiểu đóng gói này đang hiện diện trên các kệ hàng của tất cả các siêu thị châu Âu… Nội dụng như thế nào ư? “CHÚNG TA ĐANG CHỌN LỰA HÌNH ẢNH CỦA MÌNH MỘT CÁCH HÚ HOẠ!” - một công thức nghe thật tuyệt, không đúng sao?

Nhưng, Philippe đã quay gót lâu rồi. Lão ta không thích khi bị buộc phải cắn xé bàn tay đã nuôi lão. Lão trốn tránh những cuộc tranh cãi

kéo dài. Lão giấu sự phản đối của mình vào ngăn kéo có dòng "màn tự nhạo báng hàng tháng trong các bữa ăn trưa ở Fouquet". Vì thế mà lão càng cảm thấy buồn ngủ hơn ngay từ buổi sáng.

Octave hít vào rồi thở ra luồng không khí nóng. Những cánh buồm lướt êm ru qua vịnh biển. Đám con gái của hãng tết tóc thành bím để mong được giống với Iman Bowie nhưng kết quả lại nhanh nhác giống Bo Derek lúc về già. Trong khoảnh khắc diễn ra cuộc Phán xét đáng sợ, khi đám nhân viên quảng cáo bị lôi đến để hỏi tội, Octave sẽ chỉ bị coi là có dính dáng một phần. Hắn chỉ là một "apparatchik", một gã làm thuê hạng xoàng mà vào một ngày đẹp trời bỗng giở chứng ngờ vực cả sự hợp lý của vũ trụ. Chắc hội đồng xét xử đáng kính sẽ tính đến khoảng thời gian cai nghiện của hắn ở Meudon để cho hưởng chế độ khoang hồng. Hơn nữa, trái với Marronnier, hắn không bao giờ được nhận giải thưởng "Sư tử" tại Liên hoan phim Cannes.

Octave gọi cho Tamara, cô tình nhân thánh thiện của mình, trong lòng thầm nghĩ tới Sophie, mẹ của đứa bé mà hắn sẽ không bao giờ nhìn thấy. Có quá nhiều người đàn bà vắng mặt trong cuộc đời hắn.

- Anh có quấy rầy giấc ngủ của em không?

- Tối qua em phục vụ khách hàng ở Plaza, - giọng cô nàng rè rè, - anh không hình dung được đâu, "cái đó" của gã to bằng cánh tay một đứa trẻ, có lẽ em phải cần đến một cái búa đinh mới nhét nó vào nổi. HÃY TRANG BỊ CHO GIAN BẾP CỦA BẠN BẰNG CÁC THIẾT BỊ BẾP NƯỚC ĐIỆN TỬ CỦA CHÚNG TÔI… BUM… BUM… HÃY CHỌN LỰA THẬT CHUẨN, THẬT THÔNG MINH.

- Cái gì vậy?

- Có gì đâu, để khỏi phải trả phí điện thoại ấy mà. Thỉnh thoảng họ lèn vào vài ba cái quảng cáo, đổi lại thì mình nói chuyện xả láng mà không cần trả phí.

- Em cũng chấp nhận cả chuyện khủng khiếp này sao?

- CASTO CÓ ĐỦ MỌI THỨ ĐỒ DÙNG VÀ VẬT LIỆU CẦN THIẾT Ở CASTO – CASTOCASTORAMA. Có sao đâu, anh thấy đấy, em quen rồi mà. Nói tóm lại, à, tóm lại thì cũng may là thằng cha khách hàng của em đêm qua lại say bí tỉ, cái đó của gã mềm èo à, mặc dù nó cứ lù lù như một con ngựa đực. Em thề đấy. Cuối cùng, em đành phải diễn cho gã một màn thoát y ngay trên giường. Gã hỏi rằng có thể hít một mồi heroin ngay dưới chân em không. Sau đó, hai đứa cùng xem ti vi. Thế là em thoát nợ. INTERMARCHÉ – NHÀ VÔ ĐỊCH VỀ PHÂN PHỐI. Mấy giờ rồi anh?

- Ba giờ chiều.

- Ôi, em chết mất, buồn ngủ quá! Em ở Banana và tới bảy giờ vội vội vàng vàng đến nỗi dán cả lông mi giả vào miệng, anh có tưởng tượng được không? Thế anh thế nào, đang ở đâu?

- Nói chung là ở Sénégal. Anh nhớ em quá. Anh đang đọc cuốn "Mở rộng địa bàn gái điếm".

- Thôi cái trò ấy đi. CAILLAUX CAILLAUX CAILLAUX ĐÈN TOOC-SÔ TỐT NHẤT THẾ GIỚI - CHIẾU SÁNG CẢ TIẾNG VANG. Lát nữa anh có thể gọi lại cho em được không?

- Em có để điện thoại di động bên cạnh không đấy? Em nhớ cẩn thận. Điện thoại di động làm rạn mất ADN đấy. Người ta đã thí nghiệm ở chuột: điện thoại di động làm tăng tỷ lệ tử vong ở loài chuột lên 75%. Anh đã mua một cái gối con để tránh giao tiếp với điện thoại di động, có lẽ em cũng cần làm như thế, anh không muốn não bị u.

- Octave, anh yêu, mà anh làm gì có não nhỉ. CONTINENT – CONTINENT THE BEST PRESENT!.

- Xin lỗi em, nhưng anh thấy khó chịu với mấy cái âm thanh quảng cáo trong mobile của em. Thôi, tạm biệt, em ngủ đi, con linh dương của anh, cô bé berbere của anh, “ân nhân Marrakech” của anh!

Vấn đề của một con người hiện đại không phải là sự độc ác của anh ta. Trái lại, trong phần lớn các trường hợp, bằng những lý do thực tế, anh ta muốn trở thành kẻ hiền lành và từ tế. Có điều là anh ta lại không thích sự buồn chán. Buồn chán khiến anh ta khiếp hãi, trong khi trên thực tế, chẳng có gì hay hơn, tốt đẹp hơn là hàng ngày làm một cữ kha khá mà chẳng mó chân đụng tay vào việc gì, những phút ăn không ngồi rồi, sự trống rỗng, sững sờ trong cô độc hay trong một đám toàn những kẻ vô công rồi nghề y hệt mình. Octave hiểu điều này: chủ nghĩa hưởng lạc thực thụ - đó là sự buồn chán. Chỉ có sự buồn chán mới cho phép chúng ta hưởng lạc đúng nghĩa, tuy nhiên, thiên hạ lại hành xử theo cung cách ngược lại: người ta chạy trốn nỗi buồn, đi tìm cứu cánh ở ti vi điện thoại, phim ảnh, Internet, trò chơi vidéo hay một tờ tạp chí thời trang. Họ không hoà nhập được vào những gì họ đang làm, họ sống cứ như trông một phép đo khác, tựa hồ như hổ thẹn được hít thở nơi đây, trong lúc này. Một người ngồi trước màn hình ti vi, tham gia vào các cuộc thăm dò ý kiến tương tác, gọi điện thoại di động hay chơi game Playstation, - những lúc ấy anh ta đâu có sống. Anh ta không tồn tại ở đây, mà đã đi sang một thế giới khác. Có thể anh ta không chết nhưng cũng chẳng sống. Có lẽ sẽ thú vị nếu tính bao nhiêu giờ trong một ngày chúng ta không sống với thực tại và bao nhiêu thời gian chúng ta sống trong thế giới kỳ ảo. Tôi cam đoan rằng, tất cả các công cụ đo thời gian sẽ đánh dấu tên chúng ta vào danh sách những kẻ thuê bao vắng mặt (thuê bao hiện tại không liên lạc được) mà gỡ ra không phải là chuyện dễ làm. Tất cả những ai lên án nền công nghiệp giải trí đều có ti vi ở nhà. Tất cả những kẻ coi thường Xã hội Tiêu dùng đều có một thẻ Visa trong ví. Tình hình rối như canh hẹ và không hề thay đổi kể từ thời Pascal: con người tiếp tục trốn chạy nỗi lo âu, sợ hãi bằng hình thức giải trí, đơn giản bởi nó thống soái tới mức có thể thay thế

luôn cả Thượng đế. Vậy thì làm sao để chạy trốn giải trí đây? Câu trả lời là: đương đầu với nỗi sợ hãi.

Thế giới này là ảo, ngoại trừ những khoảnh khắc khi thế giới đó buồn chán.

Và Octave đang tận hưởng nỗi buồn chán dưới gốc một cây dừa. Hạnh phúc của hắn là nằm nhìn hai con châu chấu lẹo nhau bên cạnh hắn trên cát. Hắn lẩm bẩm:

- Chừng nào mọi người trên Trái đất này chấp nhận buồn chán thì thế giới mới được cứu rỗi.

Nhưng, nỗi buồn chán của hắn đã bị gã Marc Marronnier cau có quấy rầy.

- Vậy là cậu chia tay thật sự với Sophie rồi sao?

- Ôi, tôi cũng chẳng hiểu nữa… Mà tại sao anh lại hỏi tôi chuyện đó?

- Thì có sao đâu. Tớ có thể nói chuyện với cậu một chút không?

- Marc, nếu tôi trả lời là không thì anh vẫn cứ nói và tôi buộc phải nghe anh vì anh là cấp trên của tôi.

- Chính xác. Vậy thì cậu nghiệm miệng lại và nghe đây. Tớ đã xem cái clip quảng cáo nhãn hiệu Mairgellet mà các cậu bán cho Madone. Đúng là thảm hoạ. Tại sao các cậu lại có thể nghĩ ra cái đống phân thối hoắc như thế được?

Octave xoa tai để đảm bảo rằng mình không nghe nhầm.

- Khoan, Marc, không phải chính ANH đã lệnh cho bọn tôi tạo ra cái đống cứt ấy sao?

- Tớ ư? Tớ không bao giờ làm như vậy.

- Anh lú lẫn rồi hay sao? Người ta tống cho chúng tôi một đống dự án và anh còn nói rằng, đã đến lúc chúng tôi cần phải thực hiện kế hoạch Orsec, cái cơ hội cứt đái cuối cùng của chúng tôi đấy.

- Xin lỗi đã ngắt lời cậu nhưng tớ không lú lẫn đâu, mà chính cậu mới là thằng lú lẫn, thằng dở hơi chưa hết kỳ cai nghiện, bởi thế đừng có mà lẫn lộn linh tinh nhé, được không? Tớ nhỡ rõ những gì mình nói với đám nhân viên sáng tạo. Tớ chẳng bao giờ để cậu thuyết trình cái thứ dự án vô dụng ấy cho Madone. Tớ phát ngượng khi cứ chường mặt đi ăn uống với khách hàng trong thành phố. "MAIGRELETTE KHIẾN BẠN TRỞ NÊN THANH MẢNH VÀ THÔNG MINH". Không, cậu đã phỉ nhổ vào tất cả bọn tớ!

- Gượm đã, Marc. Bọn tôi cũng quen với cung cách của anh rồi. Nhưng gạo đã thành cơm rồi: kịch bản Maigrelette đã bán, việc kiểm nghiệm đã diễn ra thành công, hai cuộc họp PPM cũng vậy. Bây giờ có thay đổi thì cũng đã muộn rồi. Tôi đã suy nghĩ rất lâu…

- Tớ không tuyển cậu để suy nghĩ đâu. Hoàn thiện cái dự án đó đi, chưa muộn đâu. Chừng nào phim chưa được phát lên sóng thì còn có thể chỉnh sửa lại. Nói tóm lại, hãy lắng nghe tớ đây này: Làm gì thì làm, nhưng cậu và Charlie cần phải cho ra một kịch bản mới đấy. Mẹ kiếp, các cậu đang đe doạ hình ảnh, danh tiếng của Rosse đấy!

Octave gật đầu im lặng. Mà có phản đối cũng bằng thừa: hắn biết rất rõ rằng, điều khiến Marc lo lắng không phải vì hình ảnh, danh tiếc của Rosse mà là cái ghế bành của hắn đang có nguy cơ lung lay. Nếu Philippe quyết định nói chuyện với hắn trong ngày đầu tiên thì chắc chắn đã có một áp lực khủng khiếp nào đó từ phía Madone. Và hắn lại đá cái trò ngớ ngẩn này sang vài Charlie và Octave. Nói khác đi, tối

nay, trong không khí ở Sénégal sẽ có mùi đuổi việc, và, bất hạnh thay, Octave đồ rằng, chuyện đó không hề liên quan gì đến hắn.

5.

Ngày thứ hai, hoạt náo viên của khách sạn tổ chức một chuyến thám hiểm rừng với mục đích tạo ra cho các nhân viên trong công ty thấy rằng, họ được nhìn thấy một châu Phi thực thụ và chính vì thế mà họ được tạm thời thoát ra khỏi chiếc lồng son của mình. Đương nhiên là họ cũng chẳng nhận được gì tốt đẹp từ cuộc tham quan này: chui trong những chiếc xe jeep để đến bên bờ Hồ Hồng, họ tò mò xem một màn múa châu Phi, rồi sau đó đánh chén món thịt cừu nướng ngoài trời, nghĩa là chẳng khác gì những trò dành cho đám khách du lịch. Hãng cung cấp dịch vụ lữ hành đã tổ chức chuyến đi này chỉ để chứng minh rằng, phong cảnh Senegal giống với những gì được quảng cáo trong cuốn brochure. Ngành du lịch đang biến đám khách lữ hành thích du hý đó đây thành những kiểm soát viên, biến những khám phá thành kiểm chứng, biến sự ngạc nhiên thành sự chứng nhận, khách lãng du thành Thánh Thomas. Nhưng dù sao thì Octave cũng đã chấp thuận việc làm mồi cho muỗi, và nghĩa là, một phần cuộc phiêu lưu vẫn còn là điều có thể nếu hắn trót để quên bình xịt muỗi hương chanh của mình trong khách sạn.

Sau bữa tối là màn đấu vật dân tộc Sénégal, nơi các thành viên tham dự hội thảo (mặc áo có chữ Lacoste) và giao chiến cùng các chiến binh của bộ lạc cải trang (trong trang phục của dân bản địa từ những bộ phim Tarzan). Còn gì thú vị hơn nữa khi ngồi trên thảm cỏ ấm áp bên bờ Casamance và ngắm Marronnier trong bộ đồ chuột túi lăn lộn trong bùn trên nền trống khua, dưới gốc cây baobab sừng sững, dưới ánh trăng, sao với rượu vang có mùi xăng cùng những chuỗi cười với hàm răng trắng loá của cô nàng phụ trách quan hệ công chúng, dưới ánh mắt đói khát của đám trẻ con bản địa… Nói chung là thật dễ chịu rằng Octave đang muốn được ôm cả bầu trời, được cảm ơn vũ trụ rằng hắn

đã vinh dự có mặt tại nơi đâu, cho dù khoảng thời gian đó chỉ là ngắn ngủi.

Hắn thích cái khí hậu ẩm ướt nhiệt đới thường trực khiến cho bàn tay trôi tuột trên làn da. Cái ẩm ướt nhiệt đới này mang lại vị cay cay bỏng rát cho những nụ hôn. Mỗi chi tiết nhỏ đều có giá trị của mình, khi điều cơ bản không còn ý nghĩa. Nhảy ra khỏi vòng quay ngựa gỗ thường nhật này – cho dù chẳng lâu la gì – đôi khi cũng không kém phần quan trọng đối với những kẻ tham công tiếc việc. Octave đã tham gia vào chuyến viễn du bắt buộc này một cách bất đắt dĩ và để mặc cho ý nghĩ quay trở về với quá khứ. Nhưng giờ đây, hắn đang chạm đến cái trác việt, cái vĩnh hằng, tận hưởng cuộc sống, bứt ra khỏi cái dòng chảy bận bịu dở hơi, hiểu ra sự đơn giản của vạn vật. Khi gã *dealer* với biệt danh "Mỏ vàng" trao cho hắn liều ganja hằng ngày, hắn nằm trên bãi cát, miệng lẩm lẩm gọi tên "Sophie", cái tên gọi khiến hắn cảm thấy ngạt thở.

- Tình yêu chẳng có gì liên quan đến trái tim cơ quan ghê tởm, một thứ máy bơm ứ máu. Tình yêu trước tiên sẽ bóp nghẹt buồng phổi. Thật ngu ngốc khi nói "tim tôi tan vỡ", hãy nói "phổi tôi ngột ngạt". Phổi là cơ quan lãng mạn nhất trong tất cả các cơ quan nội tạng của con người: tất cả những đôi tình nhân đều mắc bệnh lao phổi. Và chẳng phải ngẫu nhiên nếu Tchekhov, D. H. Lawrence. Frederic Chopin, George Orwell và thánh Thérèse de Lisieux đều chết vì căn bệnh này; còn Camus, Moravia, Boudard, Marie Bashkirtseff và Katherine Mansfield thì liệu có thể viết nên những cuốn sách kia không nếu chẳng mắc chứng bệnh này? Cuối cùng, xin bạn nhớ cho, Trà hoa nữ từ giã cõi đời hoàn toàn không phải vì chứng nhồi máu cơ tim đâu nhé, sự trừng phạt mà Chúa Trời đã ban lệnh xuống là dành cho đám hãnh tiến mắc chứng căng thẳng thần kinh cứ không phải dành cho những kẻ có tình cảm yêu đương mãnh liệt.

Octave lẩm bẩm một mình:

- Mỗi người giấu trong đáy lòng mình nỗi buồn muôn thuở về tình yêu và nó đang thiêm thiếp. Một trái tim không tan vỡ vì tình yêu thì nó chẳng còn là trái tim nữa. Buồng phổi thì đang chờ bệnh lao để cảm thấy rằng chúng đang tồn tại. Tôi là ông giáo dạy môn lao học của các bạn. Bất cứ ai trong số các bạn cũng cần phải có bông sen trong lồng ngực như Chlóe trong *"Bèo bọt tháng ngày"* hay quý bà Chauchat trong *"Ngọn núi thần diệu"*. Anh thích ngắm nhìn em ngủ, ngay cả lúc em vờ nhắm mắt khi anh về muộn và phê heroin. Anh đếm những sợi lông mi trên mắt em, và đôi khi, anh cứ ngỡ như em đang mỉm cười. Một người đàn ông đang yêu là một người thích nhìn người đàn bà của mình ngủ và luôn luôn thích thú, đắm say nàng. Sophie, em có nghe thấy anh nói cách xa em hàng nghìn cây số, như trong các quảng cáo SFR không? Tại sao ta hiểu ra rằng, ta yêu người chỉ sau khi người rời khỏi ta? Không lẽ em không biết rằng, anh chỉ xin em duy nhất một điều: hãy làm cho anh đau khổ, như khi căn bệnh phổi bắt đầu?

Đám thư ký trần truồng do Odile – cô nàng tập sự có bộ ngực đồ sộ, dẫn đầu, đang ùa ra bãi biển. Họ chuyền cho nhau chiếc tẩu cần sa và sau đó là những câu đùa cợt bóng gió:

- Sáu đứa ta mút chung một tẩu!

- Tớ mút, tớ mút, nhưng chẳng thể nuốt được.

- Bồ có chắc là bồ thích nuốt không?

- Tớ muốn một chầu nữa nhưng phải rửa cái ống mút trước đấy.

Tất cả nghe có vẻ dung tục, nhưng trong hoàn cảnh này thì nó lại thật sự buồn cười. Đám đồng nghiệp nam đi tới đi lui, ai cũng vắt một chiếc áo len dài tay trên vai. Một số người thắt túm đơn giản quanh vai hoặc khoác hờ hững ra ngoài chiếc sơ mi dệt kim hiệu Ralph Lauren màu hồng. Nhận ra cái kiểu ăn mặc này không thể chấp nhận được, Octave bực bội:

- CÁC QUÝ ÔNG ƠI, CÁC ÔNG ĐANG LÀM TRÒ GÌ VỚI NHỮNG CHIẾC ÁO LEN DÀI TAY QUẤN QUANH CỔ THẾ KIA? Chỉ là một trong hai thứ này thôi: Hoặc trời lạnh, người ta phải mặc áo thun len, hoặc trời nóng, người ta để áo ở nhà. Áo thun quấn quanh cổ để lộ ra sự hèn mọn, chứng tỏ chủ nhân của nó không có bản lĩnh để ra quyết định, không lường trước mọi việc và nhu nhược, hoặc các quý ông này đang muốn khoe loại len Tô Cách Lan vì tiếc tiền để chi cho việc mua một chiếc áo len ca-sơ-mia. Họ quấn những con bạch tuộc lên quanh cổ, quanh vai vì không thể chọn được một thứ thích nghi với thời tiết trước mắt. Tất cả những kẻ quấn áo thun trên vai đều hèn nhát, bất lịch sự, bất lực và yếu đuối. Này, các cô em, hãy thề với anh rằng các em sẽ tránh xa đám này như tránh nạn dịch hạch đi. ĐẢ ĐẢO NỀN CHUYÊN CHÍNH ÁO THUN LEN VẮT TRÊN VAI!

Hết đêm rồi đến ngày, và rồi họ cũng có một bữa tôm nướng barbecue. Có ai ở đây vừa nói về phi thực dân hoá nhỉ? Chẳng có gì thực dân hoá hơn ngành quảng cáo thế giới: trong cái xó bẩn thỉu nhất, hiu hắt nhất của túp lều rách nát phía địa đầu thế giới, Nike, Coca-Cola, Gap và Calvin Klein đã thay thế Pháp, Anh, Tây Ban Nha và Bỉ. Có điều, những người anh em da đen bé nhỏ của chúng ta sẽ phải bằng lòng với những mẩu vụn của nền văn minh: mũ cát két hàng nhái, đồng hồ Rollex rởm và sơ mi Lacoste - loại áo chỉ qua lần giặt đầu tiên đã bong mất con cá sấu. Rượu vang màu hồng dễ làm não ta u mê đi một chút nhưng nó tồn tại cũng chỉ bởi chuyện này, đúng không? Một đêm, mười bảy chai vang màu hồng như vậy bay hơi. Charlie tham gia vào những trò ăn chơi như một gã khùng với đủ mọi trò hoạt náo của khách sạn: rồng rắn lên mây, karaoké, màn thi xem áo phông của ai ẩm ướt nhất và phân phát đồ chơi của McDonald cho đám trẻ con địa phương đang tranh nhau đòi quà.

Octave biết rằng, kể từ thứ hai tới, trò dối trá này sẽ chấm hết. Nhưng dấu chấm hết này không có nghĩa là sự khởi đầu của sự thật. Hãy cẩn thận: sự dối trá này có thể sẽ lại che giấu một sự dối trá khác.

Trời ạ, sao mà mọi thứ phức tạp đến thế, bạn tránh được một cái bẫy nhưng lại mạo hiểm rơi xuống hai cái hố khác tiếp theo.

Charlie vỗ lưng Octave, kẻ lúc này đang chìa ra cho hắn tẩu thuốc cần sa.

- Ông nói thật xem, ông biết là Pepsi đang muốn mua màu xanh hả?

- Dĩ nhiên là tôi biết, Charlie, và còn biết rằng, "hạnh phúc thuộc về Nestlé,". Tôi luôn theo dõi sát sao tình hình vụ việc mà…

- Chính xác. Nhưng bây giờ xem này, (hắn chìa tờ *Thế giới* ra) tôi có một thứ còn thú vị hơn cho cuốn sách của ông: viện Médiamétrie áp dụng một hệ thống mới về nghiên cứu cộng đồng khán giả. Đó là một cái hộp đựng camera có tia hồng ngoại để ghi nhận các cử động của mắt và một chiếc đồng hồ có gắn micro, bộ xử lý cùng bộ nhớ để ghi lại hoạt động của tai. Rút cục, họ sẽ biết được người tiêu dùng xem và nghe gì, không chỉ trước màn hình vô tuyến ở nhà mà còn trong xe hơi, trong siêu thị - nói tóm lại là khắp nơi khắp chốn! ANH CẢ ĐANG THEO DÕI BẠN!

Charlie rít điều cần sa và bắt đầu ho. Octave cười rũ rượi:

- Ho đi, ho đi, Mr. Trụ cột, đó là điều hay nhất trên thế gian này đối với ông đấy. Xét cho cùng, Orwell đã đúng khi giã từ cuộc đời vì bệnh lao. Chính vì căn bệnh này mà ông không kịp nhìn thấy mình đúng đến mức độ nào.

Hội thảo chuyên đề về động cơ làm việc bắt đầu với ước vọng tập thể viển vông: bỗng nhiên tất cả chúng tôi đều bình đẳng như nhau, đám nô lệ bỗng trở nên bằng vai phải lứa với ông chủ, và những thứ đó chỉ hiện diện trong cuộc đại hoan lạc, tối thiểu cũng là trong đêm đầu tiên. Vì ngay từ sáng hôm sau, tất cả lại trở về với hình hài cũ của

mình, khi người ta không trà trộn với nhau nữa, trừ ban đêm, trong các hành lang, nơi mà chìa khóa phòng được trao đổi với nhau, và cái ước vọng viển vông ngày hôm qua đã biến thành màn hài kịch ngớ ngẩn.

Một cô nàng luật sư say mèm ngồi đái xổm ở góc vườn; một nàng thư ký ngồi ăn trưa đơn độc vì chẳng ai thèm bắt chuyện; một bà chị giám đốc mỹ thuật, vì nốc thuốc an thần, đã thụi tất cả mọi người (ả đánh khá đau: tát, đấm vào mắt, sơ mi của Ocatve bị giật tung). Nói tóm lại là trong chuyến đi này, tất cả đều là những kẻ điên khùng. Cuộc sống trong hãng quảng cáo tái hiện sự tàn bạo của trường học, và điều này chỉ khác có một điểm là ở đây không có ai đứng ra bao bọc bạn. Những câu đối đáp thô lỗ, bất nhã, những đề nghị không được chấp nhận, những cuộc gây gổ, nạn quấy rối tình dục và những cuộc đấu đá, tranh giành quyền lực… - ở nơi này, mọi chuyện đều được phép hết, hệt như những hồi ức đáng sợ nhất của bạn về các trận đánh lộn trên sân trường sau giờ học. Bầu không khí thông thoáng giả tạo của hãng quảng cáo giống hệt cơn ác mộng nhà trường với cường độ mạnh gấp nghìn lần. Tất cả tự cho phép mình được quyền thô lỗ với mọi người, cứ

như thể họ đều mới tám tuổi và cần phải chấp nhận cái sự thô lỗ này kèm một nụ cười, nếu không sẽ bị coi là “không hòa đồng”. Những kẻ mất trí nhất tất nhiên là những mống luôn cho rằng mình bình thường nhất. Các vị giám đốc sáng tạo thì đinh ninh rằng họ ngồi vào đúng vị trí của mình, còn đám phụ trách khách hàng thì tin chắc rằng chỗ của họ phải là vị trí của mấy tay giám đốc sáng tạo kia, trong khi mấy gã phụ trách mua hàng thì đang chờ nghỉ hưu, và đám giám đốc cùng mấy lão phó lại đang vung vinh. Nhưng mà Jef biến đi đâu thế nhỉ? Octave không nhìn thấy gã trong chuyến du lịch này. Thật tiếc rằng, cậu chàng cừ khôi này lẽ ra có thể khai hóa cho hắn về nỗi lo âu dường như đang hành hạ đám lãnh đạo của Rosse. Chắc chắc là Duler- Phân Chó đã đâm dao găm vào lưng họ.

Trên bãi biển, Octave thổn thức khi ngắm nhìn những hạt cát dính vào những tấm thân đẫm mồ hôi của đám con gái, những vết bầm xanh ở đùi, những vết xước trên đầu gối, chỉ một chút xíu nữa là hắn đem lòng yêu một nhánh xương đòn gánh. Hàng ngày, hắn chỉ cần một tí xíu vẻ đẹp của nốt ruồi. Hắn hôn vào cánh tay Idile vì cô nàng xức nước hoa "Ám ảnh". Hắn nói với cô nàng hàng giờ về cùi tay của cô ta:

- Anh thích cùi tay của em, nó chĩa về tương lai. Hãy cho phép anh khám phá cùi tay em, em chưa nhận ra y quyền năng của nó đâu! Anh chỉ thích cùi tay em thôi! Em hãy đốt thuốc lá đi, như thế này, và để hai ngọn lửa lại kề ngay mặt em. Nếu thích thì em cứ lảng sang chuyện khác, nhưng em sẽ không ngăn được anh hôn cùi tay em đâu. Cùi tay em là chiếc phao cứu sinh đã bảo vệ mạng sống của anh. Cùi tay em tồn tại, và anh đã gặp được. Anh muốn cái cùi tay mảnh dẻ của em – cái cùi tay từng khiến cho anh rơi lệ vì phấn khích, được thừa hưởng thân thể anh. Cùi tay em là một đầu mẩu xương với da phủ bên trên, và thực tình, phần da này hơi cũ vì hình như hồi bé em đã làm cho nó xây xước và chảy máu. Hồi bé, luôn có một cái vẩy ở chỗ mà bây giờ anh hôn. Cùi tay là cái gì lớn lao đâu mà anh đã phải cất công kiếm tìm mãi và không thể tìm thấy động cơ mục đích nào khác để sống trong cái khoảnh khắc hiện thời này.

- Ôi, con chim nhỏ của em!

- Liếm cùi tay em là đủ cho anh lắm rồi, có chết anh cũng toại nguyện.

Rồi hắn ngâm:

Odile, cùi tay của em ánh lên vẻ đẹp

Nó là gót Achille của anh!

Rồi dùng tấm lưng của Odile như chiếc bàn viết, gã trai Valmont rám nắng của chúng ta viết một tấm bưu thiếp cho Sophie:

"Nỗi Ám ảnh thương yêu,

Em có lòng tốt, sự cảm thông để cứu anh ra khỏi ngay chính anh không? Nếu không, anh sẽ ngâm chân vào nước rồi đút tay vào ổ cắm điện. Có một điều còn tồi tệ hơn cả chuyện sống với em: đó là sống mà không có em. Hãy quay trở lại đi! Nếu em quay lại, anh sẽ tặng em một chiếc *New Beetle.* Đương nghiên, cái đề nghị này dở hơi ngớ ngẩn thật, nhưng đó cũng có phần lỗi của em: từ ngày em ra đi, anh càng ngày càng nghiêm túc đến mức tệ hại. Mà rồi, bỗng nhiên anh nhận ra rằng, không có người con gái nào sánh được với em. Và do đó, anh kết luận rằng anh yêu em."

Không nhất thiết phải ký tá làm gì, Sophie sẽ nhận ngay ra phong cách "độc đáo" của hắn. Chỉ sau khi đã gửi bưu thiếp đi, Octave mới tiếc là đã không quỳ xuống mà cầu xin nàng quay trở lại: "Hãy cứu anh, anh cảm thấy thật buồn chán, anh không thể sống thiếu em, Sophie, chúng ta không thể chia tay nhau. nếu không có em thì anh chẳng còn gì nữa cả". Mẹ kiếp, lẽ ra phải bò xuống hôn chân nàng chứ, đó là việc cần làm, không lẽ hắn không thể làm nổi chuyện này chăng?

Trước khi cặp kè với Sophie, hắn ve vãn gái gú bằng cách chê họ rằng họ đang đeo lông mi giả. Đám gái phản đối, hắn bèn bảo họ nhắm mắt lại để kiểm tra, và lợi dụng lúc các nàng đang nhắm nghiền mắt, hắn hôn đánh chụt vào cặp môi son. Mánh thứ hai mà hắn sử dụng được hắn gọi là "xe vận tải".

- Em thử nói "Em là xe vận tải" đi.

- Em là xe vận tải.

- Bip, bip (tiếng bip bip vang lên cùng động tác bóp hai bầu vú). Còn mánh thứ ba – trò cá cược.

- Nào, ta chơi trò cá cược nhé, anh sẽ sờ được vào mông em mà không đụng vào quần áo, em dám cá không?

- Dám đấy.

- Em thua rồi nhé! (Hắn thò tay xuống dưới váy).

Rồi còn trò "bum-bum" nữa: hắn bảo cô gái ngậm một mẩu chanh tươi trong miệng, bỏ vào lòng bàn tay cô gái một nhúm muối, liếm sạch chỗ muối, tợp một ngụm rượu với nước khoáng có ga và căn mẩu chanh trong miệng người đẹp. Sau ba màn như vậy, mẩu chanh được thay bằng lưỡi. Thật thú vị là trò này diễn ra suôn sẻ, chẳng hề có sự phản kháng nào từ phía cô gái. Riêng chỉ với Sophie, mọi chuyện hoàn toàn khác. Hắn làm ra vẻ theo đuổi nàng. Cuối cùng, cả hai đều hiểu những gì họ chưa thổ lộ ra. Một lần, nàng hỏi hắn:

- Vì sao anh chẳng nói gì cả?

- Khi anh không nói gì cả, đó là tín hiệu tốt lành: đó là lúc anh ngần ngại, sợ hãi. Và khi anh ngần ngại, đó là tín hiệu tốt lành: nghĩa là anh xao xuyến bồi hồi, đó hoàn toàn là tín hiệu tốt lành: nghĩa là anh đang yêu. Nhưng khi anh đang yêu, đó lại là tín hiệu không mấy tốt đẹp, em ạ.

Hắn yêu nàng bởi nàng đã có chồng. Bởi nàng đã không còn là người tự do. Hắn cùng làm việc với nàng ở TBWA de Plas, nhưng chẳng bao giờ xơ múi được nàng. Hắn yêu nàng còn bởi một lẽ rằng, vào thời điểm đó hắn cũng đang có vợ, và tình yêu này là vụng trộm, là kết quả của sự phản bội. Hắn yêu nàng như đàn ông yêu đàn bà nhưng không phải là tình yêu được phép tranh giành, chiếm đoạt - mẹ, chị gái, bạn gái của bố, người con gái đầu tiên mà bạn dành hết tình cảm trong

sáng không vụ lợi của mình cho nàng. Trong tình yêu luôn tồn tại nguyên tắc domino: sự đổ vỡ đầu tiên luôn kéo theo sau tất cả những sự đổ vỡ khác. Hắn khát khao nàng như khát các cô bé xinh tươi mơn mởn thời ấu thơ, nghĩa là trong vòng bí mật, thậm chí cả đối tượng cũng không hề hay biết. Sau này, hắn nói với nàng: "khi anh đang yêu, đó lại là tín hiệu không mấy tốt đẹp, em ạ", nàng chẳng hề ngạc nhiên vì điều này. Nửa đêm, hắn hẹn nàng trên chiếc ghế đá thứ ba kể từ Học viện, ở đầu cầu "Nghệ thuật", rồi dài cổ ngồi ngóng nàng, mặt hướng ra phía cầu Mới… Về sau, chuyện này trở nên rất tuyệt diệu để có thể gọi là sự thật. Nàng đến chỗ hẹn, và tất cả mọi thứ trở nên lu mờ dần.

- Xin lỗi cô nương, cô nương vui lòng cho tôi xin điện thoại liên lạc để sau này tôi có thể tìm kiếm cô nương.

- Đương nhiên, thưa ông…

- Octave. Hãy gọi tôi là Octave là được rồi. Cô nương có biết không, dường như tôi đã yêu cô nương mất rồi. Thưa cô nương, cô nương thấy sao, nếu như tôi muốn sờ ngực cô nương? Cô nương đồng ý chứ?

- Ồ, thưa ông, xin ông cứ tự nhiên. Chỉ có điều là, trước khi tiếp tục câu chuyện, xin hãy đưa lưỡi vào mồm tôi.

- Thưa cô nương, vậy cô nương có chỗ nào để thực tập môn whusu lưỡi này không?

Thật tiếc rằng, lửa tình trong con người hắn bốc lên những không hề gặp bất cứ sự phản kháng cần thiết nào. Và điều này luôn gợi ra cơn thịnh nộ điên cuồng của nhục dục, cực kỳ nguy hiểm cho những kẻ yêu đương vụng trộm. Khoái cảm là một mối hiểm nguy theo thường trực trên đầu ta và dễ dàng cắt đứt những ràng buộc hôn nhân. Sophie đưa hắn đến một bãi đỗ xa ngầm của hãng ngay cạnh Cầu Mới, ở đó tối thui và vắng người. Sophie đứng dựa vào bức tường bê tông, giữa hai chiếc xe hơi công vụ, và để cho hắn làm tình. Đó là trận cực khoái lâu nhất

trong đời cả hai người. Sau đó Sophie nhập số của mình vào máy Octave:

- Bây giờ thì anh sẽ chẳng thể nói dối là đã đánh mất số điện thoại của em nhé.

Octave say mê nàng tới mức thân thể cũng nổi loạn mỗi khi chia tay nàng: hắn mọc mụn, dị ứng, cổ mẩn lên từng mảng đỏ, đau dạ dày, mất ngủ liên tục. Và trí não muốn kiểm soát tất cả mọi chuyện còn lại: trái tim nổi loạn, phổi ngột ngạt. Kẻ nào chối bỏ tình yêu của mình thì trở nên xấu xí và ngã bệnh. Cuộc sống thiếu Sophie đã khiến Octave trông xuống mã hẳn đi. Và điều này cho đến nay vẫn tiếp tục diễn ra: giờ đây, hắn không chỉ nhớ đến ma túy.

- "THẰNG BÉ" CỦA TÔI ĐANG KÊU ĐÓI!

Octave gào vào micro. Odile dịu dàng như hoa thủy tiên và thơm như vani. Cả hai ngồi trong hộp đêm của khách sạn, Octave bật máy nghe nhạc. Hắn phải tự xoay xở với những gì mình có: dăm ba đĩa CD maxi single nhạc disco, một số đĩa compact nhạc nhẹ Pháp, ba đĩa "45" mốc meo. Chẳng biết xoay xở thế nào với những thứ mình có, hắn cứ được đến đâu hay đến đó, ví dụ như bài hát hay nhất thế giới: "C'est si bon" do Eartha Kitt trình bày.

"Tốt quá/ Được đi đến bất cứ nơi đâu/ Khóa tay nhau/ Hát vang lên những bài ca". Sau đó, hắn chuyển sang thể loại nhạc nhẹ với "YMCA".

- "Village People" cũng giống như rượu vang thôi, - Octave nói – càng để lâu càng ngon.

Chai nào cũng được, miễn là không phải là "Marcia Baila". Thỉnh thoảng, Odile ngả ngớn dính chặt vào hắn ngay trước mặt các cô bạn đồng nghiệp của cô nàng. Hễ họ bỏ đi, cô nàng lại rời ra. Bản thân cô

nàng cũng chẳng thích thú gì gã Octave này, đơn giản ả chỉ muốn làm màu trước đám bạn gái cốt để họ ganh tỵ với cô nàng. Hắn cũng cảm thấy mình già và xấu xí trong cái thế giới của đám con gái trẻ trung, xinh đẹp này. Hắn nắm lấy tay cô ả và sẵng giọng:

- Đám con gái 18 tuổi các cô khêu gợi ra phết đấy.

- Sao mấy thằng cha 33 tuổi li hôn vợ được.

- Đúng. Thứ duy nhất mà anh không thể làm được cho em, ấy là thay đổi tuổi tác.

Hắn lần lượt chạy theo từng cô gái đẹp để tránh tự hỏi bản thân TẠI SAO mình lại chạy theo từng cô gái đẹp. Vì câu trả lời đã quá rõ ràng: để tránh gắn bó với mỗi một cô nàng trong số họ. Sau đó, chẳng có chuyện gì xảy ra cả. Octave dìu Odile về phòng mình. Dước chân cô ả xiêu vẹo. Vào phòng, hắn quăng mình lên giường. Cô ả Odile chui vào buồng tắm và hắn nghe thấy tiếng ả nôn. Ả giật nước, đánh răng, hy vọng rằng hắn không để ý. Khi ả cởi quần áo, Octave giả vờ nhắm mắt, rồi sau đó hóa ra lại đánh một giấc thẳng cẳng. Trong phòng có mùi nôn ọe trộn lẫn mùi thuốc đánh răng Fluocaril.

Trong chuyến máy bay trở về từ Seragan, đám đàn bà con gái ca cẩm về chuyện đầu tóc xộc xệch hoặc mấy chai nước hoa khử mùi không hiệu lực. Octave cao giọng ê a bài "Từ ngữ, từ ngữ" của Alain Delon trong bài hát của Dalida:

"*Lạ lùng chưa*

Anh chẳng hiểu điều gì xảy ra với anh đêm nay

Anh nhìn em như thể lần đầu

Anh không biết giãy bày với em về tình cảm

Nhưng em là câu chuyện tình đẹp

Mà anh muốn đọc suốt đời

Em là chân lý của anh

Là vì sao của anh

Hôm qua, ngày mai

Hiện tại và mãi mãi".

Thật thú vị: những ca từ đẹp đẽ này thể hiện chính xác những tình cảm chân thành!

"Em như cơn gió

Làm cho những cây vĩ cầm hát lên

Và mang hương hoa hồng đi xa".

Không ai thuộc thế hệ của hắn dám thể hiện như thế nữa

"Với anh, em là bản nhạc tình yêu

Khiến các vì sao nhảy múa trên cồn cát".

Hắn và đám bạn béo phì của mình thường xuyên cười vỡ bụng vì những câu chữ này. Tại sao bọn họ lại thấy những câu chữ đó ngớ ngẩn đến vậy? Tại sao chúng ta lại cảm thấy không thoải mái từ sự lãng mạn? Chúng ta xấu hổ với những tình cảm của chính mình. Chúng ta né tránh những từ ngữ nồng nhiệt như tránh nạn dịch hạch. Chẳng nên ca tụng sự bất lực của mình trong tình yêu làm gì.

"Em là giấc mơ bị cấm đoán của anh

Nỗi đau duy nhất của anh

Và hy vọng duy nhất của anh”.

Đám thư ký cười sằng sặc khi nghe những dòng sướt mướt của hắn – gã trai đầu tiên dám nhìn thẳng vào mắt họ và thổn thức “em là giấc mơ bị cấm đoán của anh”, để rồi các nàng có thể khóc như mưa vì tình cảm dâng trào của hắn. Có thể những nụ cười gằn đẫm mùi căng thẳng là kết quả của sự ganh tỵ và thèm muốn? Thế rồi, đám gái đổi đề tài câu chuyện, chuyển sang tranh luận về chuyện hãng giảm giá in tráng ảnh. Họ gọi đám cấp trên bằng chữ viết tắt đầu tiên:

- Bồ có biết là FHP và PYT đã nói chuyện chưa?...

- Chuyện này phải bàn với JFD thôi.

- Đúng, nhưng LG và AD vẫn chưa phê duyệt và thông qua.

Khoảng thời gian còn lại của chuyến bay diễn ra trong sự càu nhàu phản đối việc khẩu phần ăn trên phiếu ăn bị bớt xén. Octave cố cười to hơn người khác và hắn đã đạt được mong muốn này. CQFD, đây là điều cần chứng minh.

6.

Nếu như người đàn ông vô hình thì người đàn bà cũng vô hình. Có mặt trong chiếc máy bay ngược chiều, mấy ngày trước, Sophie hững hờ đọc những dòng trên bưu thiếp do Octave gửi cho nàng, lòng vô cảm… Nàng dính bầu với hắn nhưng không còn yêu hắn nữa. Một tháng nay, Marc Marronnier đã thay thế vị trí tình nhân của hắn. Và giờ đây, nàng bay đến Sénégal để gặp Marc - kẻ đang quyết định kéo dài kỳ nghỉ của mình tại đây. Ban đầu, nàng cũng đau khổ vì mất mát quá lớn. Chia tay

với một người mà ta yêu thương khi giọt máu của tình yêu đang lớn dần trong bụng - điều này đòi hỏi lòng dũng cảm siêu nhân, không, chính xác hơn, lòng dũng cảm hạ nhân, lòng dũng cảm của loài thú vật. Hệt như ta đang cắt cụt một chân mình mà không có thuốc gây mê bằng một con dao Opinel han gỉ, kéo dài nhục hình đau đớn đến vô tận. Rồi nàng nuôi hận trả thù hắn. Tình yêu của nàng đã biến thành lòng thù hận. Nàng gọi cho lão sếp của Octave, người mà vài năm trước nàng đi ăn trưa và những tình cảm chứa chất trong nàng đã vỡ òa. Nàng dốc hết tâm tình ruột gan của mình với lão trong nhà hàng. Marronnier cũng vừa chia tay với cô người mẫu cuối cùng của mình, và tình huống này đã rơi đúng vào lịch trình tình cảm rảnh rang của hắn. Họ ngồi cùng nhau và gọi món hàu. Octave gọi cho Sophie qua điện thoại di động của nàng trong khi Marc đang bắt đầu màn tấn công Sophie.

- A lô, Sophie hả? Tại sao em không trả lời điện thoại của anh?

- Tôi không có số điện thoại của anh nữa.

- Sao lại thế, em không còn lưu số của anh nữa sao?

- Tôi đã xóa nó trong bộ nhớ điện thoại di động rồi.

- Nhưng tại sao?

- Vì nó chiếm một chỗ thừa thãi trong đầu tôi.

Nàng tắt máy rồi cho phép Marc hôn mình phía trên chiếc ly đựng món tráng miệng sô cô la. Hôm sau, nàng thay số sim điện thoại.

Sophie xóa tất cả những gì thừa thãi trong đầu nàng.

Octave không biết mối quan hệ giữa Sophie với Marc. Thật đáng tiếc bởi điều này có thể sẽ làm hắn vui hơn: chuyện bị ông chủ cắm sừng cũng chẳng khác gì việc bị đuổi việc gián tiếp. Mà máy bay của

Sophie cũng chẳng rơi. Marronnier đón nàng ở sân bay Dakar. Trong suốt tuần đầu bên nhau, họ làm tình mỗi ngày một lần. Họ bắt đầu bước vào độ tuổi mà tần suất như thế này được coi là nhiều. Cả hai không cần gì nhiều hơn nữa: họ chỉ mong được bên nhau. Với họ, bỗng nhiên mọi chuyện dường như quá đơn giản và dễ hiểu. Khi có tuổi, người ta không còn hạnh phúc hơn, có điều là người ta hạ tiêu chuẩn thấp hơn yêu cầu so với trước mà thôi. Người ta trở nên độ lượng và thanh thản, tự nhận thức được những thất bại của mình. Họ nâng niu từng khoảnh khắc. Marc và Sophie không hợp nhau, nhưng họ đã từng thấy thoải mái bên nhau, mà điều này càng ngày càng hiếm gặp. Điều khiến họ buồn phiền nhất chính là sự trùng khớp giữa tên của hai người với nhan đề của một vở hài kịch dở hơi có tên là “Marc và Sophie”.

Nhưng chẳng phải vì thế mà họ quyết định từ bỏ cõi đời. Hay là…

Phần tiếp theo của cuốn tiểu thuyết sẽ xuất hiện sau mấy phút quảng cáo!

MỘT GÃ BUÔN MA TÚY RÂU XỒM XOÀM ĐỨNG TRÊN GÒ MỘT BÃI RÁC, HAI TAY KHOANH TRƯỚC NGỰC. XUNG QUANH HẮN, MỘT TÁ KHÁCH HÀNG MẶC ÁO GIÓ CÓ MŨ TRÙM ĐẦU, ÁO BU-DÔNG HIỆU K-WAY, MŨ CÁT KÉT VÀ QUẦN SOÓC RỘNG THÙNG THÌNH, TỤ TẬP THÀNH VÒNG TRÒN. HỌ TÔN THỜ GÃ BUÔN MA TÚY TRÊN BÃI ĐẤT HOANG. ĐỘT NHIÊN GÃ NÓI:

- THẬT TÌNH, TA NÓI CHO CÁC NGƯỜI BIẾT AI TRONG SỐ CÁC NGƯỜI SẼ LÀ KẺ ĐẦU TIÊN NÉM ĐÁ VÀO TA?

LÚC NÀY, MỘT TRONG CÁC MÔN ĐỒ CHÌA CHO GÃ MỘT CỤC GÌ ĐÓ RẤT CỨNG, NHƯ CỤC ĐÁ - CỤC COCAIN:

- TRỜI ƠI, HÃY NHÌN CỮ HÀNG TRẮNG NÀY.

LÚC ĐÓ, TIẾNG NHẠC LINH THIÊNG VANG LÊN TRONG KHI MỘT TIA NẮNG TỪ TRÊN TRỜI TAI CHIẾU LÊN CỤC COCAIN TRẮNG TRONG TAY VỊ THÁNH BUÔN MA TÚY, GÃ CAO GIỌNG:

- MI LÀ CỤC ĐÁ, VÀ TA SẼ XÂY THÁNH ĐƯỜNG CỦA TA NGAY TRÊN HÒN ĐÁ NÀY.

THẾ RỒI GÃ SIÊU SAO RÂU TÓC XỒM XOÀM CỦA CHÚNG TA DÙNG TAY TÁN NHỎ CỤC COCAIN THÀNH MỘT THỨ BỘT TRẮNG MỊN. KHI GÃ XÒE TAY, TRONG LÒNG BÀN TAY GÃ LÀ MƯỜI HAI "TÉP" COCAIN ĐỀU TĂM TẮP.

- TẤT CẢ CÁC NGƯỜI HÃY HÍT ĐI, NHỮNG THỨ NÀY LÀ LINH HỒN TA ĐƯỢC TRAO CHO CÁC NGƯỜI.

MƯỜI HAI VỊ MÔN ĐỒ QUỲ XUỐNG ĐỐNG RÁC VÀ KÊU LÊN:

- ALLÉLUIA! NGƯỜI ĐÃ NHÂN GIỐNG CÁC "TÉP" HEROIN CỦA NGƯỜI!

PACKSHOT: MỘT ĐỐNG BỘT TRẮNG MANG HÌNH CÂY THẬP TỰ VỚI NHỮNG ỐNG MÚT CẮM VÀO.

SLOGAN "COCAIN: THỬ MỘT LẦN, NGHĨA LÀ SẼ THỬ NHIỀU LẦN"

IV. Chúng tôi

1.

Tin Marc tự tử khiến tất cả chúng tôi đều choáng váng. Nhưng cũng thật là dối trá nếu nói rằng điều đó khiến chúng tôi ngạc nhiên. Theo nguồn tin chính thức thì y chết đuối ở ngoài khơi Saly và bị một dòng nước ngầm cuốn đi. Nhưng chúng tôi biết rõ là gã quy hàng khi quyết định giải thoát mình ra khỏi những gánh nặng cơm áo gạo tiền. Tất cả chúng tôi biết Marc bị stress nặng. Chúng tôi cũng cảm thấy hắn đang giằng xé với bản thân. Chúng tôi nuốt sự nhiệt tình giả tạo của hắn và đổi đề tài câu chuyện mỗi khi hắn đề cập đến sự tự hủy hoại. Chúng tôi xua đuổi sự thật hiển nhiên: Marronnier từ từ giết hại mình mà chúng tôi thì không định cứu hắn. Chúng tôi đã tổ chức chôn cất hắn trước cả khi hắn chết. "Đế vương hầu như đã chết, đế vương muôn năm!". Trong lúc cử hành tang lễ hắn tại nghĩa trang Bagneux, 300 nhân viên quảng cáo đã cố gắng thút thít, nhất là những kẻ căm ghét Marc và từ lâu từng cầu mong cho hắn về chầu trời. Họ sượng sùng với nguyện ước đã được thỏa mãn và nhẩm tính xem kể từ nay họ sẽ căm ghét ai. Để thăng tiến trong lĩnh vực quảng cáo, bạn cần có kẻ thù mà bạn mong muốn nghiền nát hắn. Và khi bỗng nhiên mất đi động cơ cần thiết như thế, bạn sẽ cảm thấy chán ngán.

Có lẽ chúng tôi mong lễ tang này chỉ như một giấc mơ. Chúng tôi đến dự lễ tang một kẻ bông phèng và nhìn cỗ quan tài đang được hạ xuống huyệt với hy vọng rằng đó là trò bịp tiếp theo của Marc. Sẽ thật là tuyệt nếu như máy quay phim bỗng nhiên chĩa vào một hướng và tất cả sẽ được mục kính vở kịch này: cha cố sẽ là một diễn viên hài sắp nhận sổ hưu, đám bạn bè mắt sũng nước kia sẽ phá lên cười, đám kỹ

thuật viên sau lưng chúng tôi bát đầu cuộn lại dây cáp, còn vị đạo diễn thì hô “cắt!”. Than ôi, chẳng có ai hô “cắt!” cả.

Chúng ta vẫn thường muốn rằng, cuộc đời chỉ là một giấc mộng để có thể bất ngờ tỉnh dậy như trong những bộ phim tồi, và rồi phát hiện ra rằng, tất cả mọi vấn đề khúc mắc của chúng ta đều được giải quyết một cách ổn thỏa. Trong rạp phim, hễ một nhân vật sắp chết đuối thì y như rằng, hắn lại bất ngờ tỉnh dậy. Đã bao lần chúng ta nhìn thấy điều đó trên màn ảnh: nhân vật chính bị một quái vật khát máu tấn công, dồn đến một ngõ cụt, vào lúc con vật khủng khiếp sắp nuốt chửng nhân vật thì - ối là là, nạn nhân nhảy phát lên trên giường, mồ hôi vã ra như tắm vì sợ hãi. Tại sao những điều như thế không bao giờ xảy ra với chúng ta trong cuộc đời này? Hả?

Làm thế nào ta tự thức tỉnh được nếu như ta không ngủ?

Trước mặt chúng tôi là cỗ áo quan với lọ tro bên trong (Charlie đã lấy lại một nắm để vào túi hắn). Chúng tôi đã khóc thật sự. Chúng tôi, tức là tất cả công ty Rosse châu Âu: Jef, Philippe, Charlie, Odile, đám nhân viên tập sự, các vị sếp, đám rỗi việc, và đương nhiên là tôi, Octave với mớ vệ sinh Kleeenex thường trực. Octave vẫn cứ hiện diện ở đó, không bị sa thải, cũng không xin nghỉ việc, chỉ hơi buồn một chút vì Sophie không có mặt, vậy thôi. Chúng tôi, tức là tất cả đám người ăn ngờ sống đậu bằng nguồn tài chính của Rosse: đám chủ các kênh truyền hình, cổ đông của các đài phát thanh lớn, ca sĩ, diễn viên, nhiếp ảnh gia, thiết kế thời trang, chính trị gia, tổng biên tập các tạp chí, giám đốc các cửa hàng thời thượng… Nói chung, chúng tôi là những kẻ có quyền quyết định tất cả, những kẻ điều khiển công luận, những kẻ bán mình, những kẻ được ca tụng hay bị nguyền rủa… Và tất cả chúng tôi đều khóc. Chúng tôi khóc cho số phận buồn tủi của mình: trong lĩnh vực quảng cáo, khi một ai đó chầu trời, đố bạn tìm thấy bài báo nào trên các báo, và cũng chẳng có lấy một dòng cáo phó truyền hình cũng chẳng cắt chương trình của mình vì sự kiện đau buồn, nói tóm lại, những gì còn lại từ những kẻ khuất núi – đó là những dự án không bán

được cùng một trương mục bí mật không sử dụng được ở ngân hàng Thụy Sĩ. Khi một gã nhân viên quảng cáo từ giã cõi đời, chẳng có chuyện gì xảy ra sất, đơn giản là thằng chết được thay bằng một thằng sống.

Cũng đã mấy ngày trôi qua kể từ khi chúng tôi kết nối với nhau ở South Beach, Miami. Lúc nhúc những tay amelanderons hay jeanclaudevandammes đủ mọi dáng vóc và khuynh hướng khác nhau. Và tất cả đều là bè bạn. Chúng tôi phải ngồi trước chiếc đèn chiếu tia cực tím trước khi ngẩng đầu lên mặt trời nóng chói. Để gia nhập vào thế giới ăn chơi này, đàn bà phải đĩ điếm, lẳng lơ, còn đàn ông phải như đám diễn viên đóng phim đồi trụy. Chúng tôi nạp năng lượng bằng cái thứ bột trắng vì men cay và âm nhạc không còn tạo ra dũng khí để nói chuyện được cùng nhau. Chúng tôi sống trong một thế giới mà trong đó, cuộc mạo hiểm duy nhất là làm tình mà không cần "mặc áo mưa". Tại sao tất cả chúng ta đều chạy theo cái đẹp? Bởi cái thế giới này xấu xa, kỳ quặc khiến ta có thể nôn ngay được. Chúng ta muốn mình đẹp đẽ bởi vì chúng ta muốn mình trở nên tốt đẹp hơn. Phẫu thuật thẩm mỹ là ý thức hệ cuối cùng còn sót lại với chúng ta. Tất cả cư dân của thiên đường này đều có mồm giống nhau. Triển vọng sinh sản vô tính đang khiến cho thế giới này khiếp đảm, cho dù nó đã tồn tại từ lâu với cái tên *"plastic surgery"*. Giọng hát của Cher vang lên trong tất cả các quán bar "Em có tin vào cuộc đời này sau khi tình yêu tan vỡ?". Vậy thì cũng chẳng có gì nguy hại nếu như ta tự hỏi mình, liệu chúng ta có tin vào cuộc đời sau khi tiếp xúc với một con người hay không? Chúng ta có tin vào sự tồn tại của những linh hồn người chết, được rũ bỏ khỏi đắng cay của những điều tồi tệ mà Miami sẽ là thủ đô của thế giới diệu kỳ này. Ở đó, tất cả chúng ta đều sở hữu những vầng trán của gồ hệt nhau, làn da láng mịn như Sa tanh, những cặp mắt phượng, những ngón tay dài với màu thuốc sơn xám tối. Tất cả sẽ được ban phát những cặp môi mọng, những gò má cao, những vành tai dịu dàng, những cánh mũi nhiệt huyết, những mái tóc dày óng ả, những cái cổ mảnh mai yêu kiều, và điều quan trọng là những cùi tay nhọn. Mỗi một mống sẽ có một cặp cùi tay! Tiến lên, tiến lên, các bạn ơi - tiến lên nền dân chủ cùi tay!

Paulina Porizkova đã khiêm tốn đưa ra ý kiến của mình trong một cuộc phỏng vấn: “Tôi hạnh phúc vì mọi người cho rằng tôi đẹp, nhưng nói chung, đó chỉ là một vấn đề toán học, nghĩa là số lượng cen ti mét giữa mắt và cằm tôi”.

Chúng tôi và Charlie gọi điện thoại di động cho nhau khi đứng ở bãi biển. Chúng tôi đi dọc bãi tắm, trên những chiếc xe Jeep khổng lồ. Cái chết của Marronnier cũng không làm thay đổi việc chúng tôi quay phim quảng cáo cho Mairgellet - đơn giản, người ta đã đầu tư quá nhiều vào sản xuất. Trong một khoảnh khắc nào đó, Charlie lôi trong túi quần ra một hộp nhỏ đựng vài gờ ram tro tàn của Marc Marronnier rồi rắc xuống biển. Có lẽ Marc đã thích được như thế: được bồng bềnh trôi trên những con sóng Miami. Trong tay Charlie còn lại một chút tro hài cốt. Và tự dưng, trong đầu tôi nảy ra một ý: đề nghị hắn chìa tay, rồi tôi cúi xuống và hít cái thứ tro bột, cái thứ đã từng là đồng nghiệp và người thầy của tôi - Marc Marronnier. *I’ve got Marronnier running around my brain.*

Nếu bạn tìm được một có gái xấu xí ở thành phố này thì hãy thông báo gấp cho tôi. Những người mà ở các nơi khác được cho là không bình thường theo thống kê (nghĩa là khỏe mạnh và đẹp đẽ) thì ở đây lại trở thành tiêu biểu cho chuẩn mực. Và cũng chính vì thế mà họ trở nên nhàm chán (Xin nhớ cho, tôi là một môn sinh nhiệt tình của sự buồn chán). Bạn vừa mới nhìn thấy một có gái trẻ đẹp, lập tức bên cạnh bạn đã xuất hiện một cô gái khác trẻ hơn xinh hơn. Ồ, sự đau khổ ngọt ngào! Nhưng, xin bạn đừng quên, nhục dục là một trong bảy tội đáng chết. Miami là thành phố kết nghĩa với Sodome, Gomorrhe và Babylone [28]

Ở Coconut Grove, một gã dở hơi nào đó dắt sáu con chihuahua[29], đi dạo và dùng tay đeo găng nhựa nhặt phân cho chúng. Ngược chiều với gã là đám dân buôn Salsa hoặc đám vận động viên trượt pa- tanh. Một đám người rám nắng nói gì đó qua điện thoại đi động ngay trước

khách sạn Colony. Chúng tôi biết rằng mình đang có mặt ở đây, ở Miami, trong một quảng cáo khổng lồ. Chỉ có điều, ở nơi này, quảng cáo không sao chép cuộc đời mà là cuộc đời đang sao chép quảng cáo. Những chiếc xe Cadillac màu hồng, đèn huỳnh quang sàn xe bật sáng rung khe khẽ theo nhịp nhạc rap chicanoc. Giữa thiên đường đẹp đẽ và giàu sang như thế này thì choáng váng đầu óc là điều dễ hiểu. Chúng tôi ngồi trong quán News Café, dán mắt vào những cô nàng người mẫu nhưng lại đang muốn làm hỏng diện mạo họ.

Quận Art Disco nằm ở phía nam Miami, ngay cạnh biển. Khu vực này được xây dựng vào thập niên 30 và dành cho đám hưu trí. Đầu thập niên 40, vì sợ Nhật tấn công Florida mà chính phủ Mỹ đã huy động vô số binh lính tới Miami. Sau đó, vào năm 1959, chế độ Batista sụp đổ kéo theo một cuộc di cư ồ ạt của người Cu Ba tới Miami, kết cục là thành phố này trở thành trung tâm cư ngụ của đám hưu trí (chủ sở hữu các quỹ hưu trí mà vì nó, tất cả các công dân làm công ăn lương của thế giới phương tây đang quần quật quanh năm suốt tháng cho đến tận lúc nhắm mắt xuôi tay), đám cựu binh đến tuổi lĩnh lương hưu (bảo vệ đám trên kia) và dân Cu Ba (cung cấp ma túy cho họ). Có thể nói, Miami là một ly cocktail tuyệt diệu được pha trộn một cách tuyệt hảo. Vào thập niên 70, cuộc khủng hoảng dầu lửa khiến thành phố trở nên tĩnh lặng. Người ta ngỡ thành phố này đã hết thời và nó chỉ tồn tại với ánh hào quang dĩ vãng, nhưng mười năm sau, năm 1985, ngành công nghiệp quảng cáo đã làm nó hồi sinh trở lại.

Đúng năm đó, Bruce Weber đã thực hiện một xê ri ảnh về Ocean Drive cho Calvin Klein. Sự xuất hiện của những trang quảng cáo này trên các tạp chí toàn cầu đã lập tức biến Miami trở thành thủ đô của thời trang thế giới. Miami là một thành phố mà kẻ trị vì là một tay phó nháy. Nếu biết vận dụng sức mạnh hủy diệt của quảng cáo ở thành phố này thì Đức quốc xã đã giết người với số lượng nhiều hơn mười lần nữa. Christy Turlington đã được một gã phó nháy tài năng phát hiện ra trên bãi biển. Gianni Versace thực hiện các mẫu ảnh trong catalogue của mình ở Miami trước khi bị ám sát ngày 15/ 7/ 1997. Đám dân trượt

pa-tanh da màu đồng - những cô gái Cu Ba trẻ trung và đám “Xăng pha nhớt” mặc soóc lướt trên hè phố với những cặp kính Oakley mốt mới nhất. Dường như chẳng có sự mâu thuẫn nào ở đây. Và rốt cục thì đám phát xít cũng đã chiến thắng: dân da đen nay cũng nhuộm tóc vàng. Với những thanh Galak trên bụng, chúng ta đang phấn đấu để được giống như những tên bệnh hoạn lạc quan yêu đời trong cái trại lính kiểu

Hitlerjugend (Đoàn thanh niên Hítler). Những kẻ bài Do thái đã đạt được điều mong muốn: các cô bé cười nụ cười của Woody Allen nhưng lại chỉ thích ngủ với gã Rocco Sitffredi tóc vàng hơn.

Dưới bóng một cây dừa trụi lá, chúng tôi ngồi xem Volleypalooza - một trận đấu bóng chuyền bãi biển diễn ra trong hai ngày với các vận động viên là các cô người mẫu. Steven Meisel và Peter Lindbergh được giao nhiệm vụ trọng tài (và họ cũng chính là trọng tài cho cả hành tinh trong suốt 363 ngày còn lại). Những cô nàng với thân hình hoàn hảo trong bộ đồ áo tắm hai mảnh đỏ và đen chuyền bóng trên bãi cát nóng bỏng. Những giọt mồ hôi lẫn với nước biển bắn văng lên từ mớ tóc vàng của họ rồi rơi xuống rốn mềm mịn của đám các cô bạn thân. Thỉnh thoảng, làn gió nhẹ từ đại dương thổi vào khiến họ rét run. Thậm chí ngay từ xa chúng tôi cũng có thể khoái trá ngắm nhìn họ đang nhún bờ vai kiều diễm của mình. Rải rác trên những đôi vai mảnh dẻ của họ, những hạt cát li ti dính lấp lánh như thể dát nhũ vàng.

Cảnh này khiến trái tim chúng tôi quặn đau. Và cái thứ làm chúng tôi chết giấc hơn tất cả là hàm răng trắng bóng của họ. Nếu tôi có cơ hội ghi đĩa và tiêu thụ ngay trong khoảnh khắc cả mười triệu bản thì có lẽ chúng tôi đã không có mặt ở đây. A, hình như đội mỹ nhân mặc bikini màu đỏ đã chiến thắng trong cuộc thi Volleypalooza. Đội trưởng đội chiến thắng tuổi chừng 15. Cạnh nàng, đám Cameron Diaz, Uma Thurman, Gisèle Bundchen và Heather Graham trông như những con cá ngừ già. Xin làm ơn đừng vội nghĩ rằng, chúng tôi chỉ tơ tưởng đến chuyện làm tình với những tiên nữ tuyệt trần kia. Chúng tôi cũng cóc cần những “con hến” của các em. Cái mà có lẽ chúng tôi muốn, ấy là

lấy thơm nhẹ lên mi mắt các em, là lấy đầu ngón tay chạm khẽ vào trán các em, là nằm dài xuống bên cạnh các em, là nghe các em kể lại tuổi ấu thơ dại dột của mình ở Arizona hay ở Nam Carolina.

Giới hạn giấc mơ của chúng ta là được ngồi cạnh các em, cùng các em xem một bộ phim truyền hình nhiều tập, nhá hạt điều với các em và thỉnh thoảng sửa lại một vài lọn tóc sau tai các em. Bạn có nhận ra những điều tôi muốn nói hay không? Ô, chúng tôi biết cách chăm sóc các em, gọi món sushi, vào phòng, nhảy một điệu slow trên nền bài hát "Angie" của Rolling Stones, cười phá lên khi nhắc lại những kỷ niệm thời phổ thông, (trận say bia đầu tiên, những kiểu tóc cắt buồn cười, mối tình đầu và cũng là mối tình cuối cùng, những chiếc áo khoác bò, những buổi dạ hội, nhạc hard-rock, Chiến tranh các vì sao, vv và vv). Nhưng, than ôi, những ngôi sao mẫu mực vẫn luôn là đám đầu gấu cá cược Pê đê hay các tay lái xe đua Ferrari, do đó mà hành tinh này mới đâm ra bất ổn. Không, tôi không phải là một thằng mắc chứng ám ảnh tình dục - đơn giản là trong từ điển của chúng ta không có từ nào chỉ đám người mắc lao phổi vì tình yêu. Có lẽ nên gọi tôi là thằng cha mắc chứng "ám ảnh phổi".

Buổi chiều, chúng tôi dùng bữa với mấy em người mẫu hạng hai trên một chiếc du thuyền thuê. Sau món tráng miệng, Enrique Baducul cá cược những một nghìn đô với một em trong đám rằng em này không có gan cởi quần lót ra để ném lên trần nhà xem nó có dính lại trên đó không. Nhưng em này đứng dậy làm liền và chúng tôi cười nghiêng ngả mà thật ra thì đâu có gì hay ho lắm: quần lót của cô nàng đã rơi xuống một đĩa mì Spaghetti). Trả tiền hay được trả tiền, vấn đề là ở chỗ đó. Nói một cách thô bỉ thì bạn được trả tiền trước khi tuổi bốn mươi ập đến, còn sau đó thì bạn sẽ phải trả cho những kẻ khác – nhưng thực tế là như vậy - Tòa án Sắc đẹp thể hình không có quyền khiếu tố lên tòa án Cấp trên. Đám dân chơi râu bốn ngày chưa cạo nhìn xem có ai để ý đến chúng không và chúng tôi để ý thấy rằng, chúng đang như xem người khác có để ý đến chúng không. Cái vòng tròn luẩn quẩn này cứ lặp đi lặp lại, nó khiến ta nhớ lại màn múa ba lê bất tận có tên "lâu đài

gương” - một trò cổ hấp dẫn của hội chợ, một thứ mê cung toàn gương mà bước vào đó, người ta va phải chính hình ảnh của mình. Tôi vẫn nhớ rõ rằng, thuở nhỏ, chúng tôi bước ra từ cái lâu đài gương đó, người đầy bướu bởi tự quờ vấp phải mình.

3.

Những ánh đèn ne-on tỏa ra tư Ocean Drive như muốn thiêu cháy những người qua lại. Tối qua tại Living Room, đám con gái uốn éo như những súc thịt. (Nếu bạn có mặt tại Living Room thì bạn chính là một nhân vật VIP. Còn nếu bạn đã bước vào và chiếm một bàn trong đó thì bạn là một VVIP. Còn nếu trên bàn của bạn có chai sâm panh thì bạn là một VVVIP. Và nếu bà chủ nhà hàng đánh chụt lên môi bạn một nụ hôn thì hoặc bạn là một VVVVIP hoặc bạn là Madona). Miami Beach là một nhà máy bánh kẹo khổng lồ: những tòa nhà ở đây giống như những chiếc bánh kem còn đám con gái thì giống như những chiếc kẹo mà người ta luôn muốn mút cho đến khi chảy tan ra hoàn toàn.

Chúng tôi tỉnh dậy lúc sáu giờ sáng để kịp quay - đó là lúc ánh sáng tốt nhất cho cảnh quay. Chúng tôi đã thuê một ngôi biệt thự của đám tỉ phú nào đó ở Key Biscane. Ngôi biệt thự được trang trí với các bức tranh chép lại của Tamara de Lempicka treo ở trên tường. Tamara (không phải Tamara Lempicka đâu, mà là Tamara của chúng tôi) nhanh chóng làm quen với cuộc sống của một diva quảng cáo. Người ta làm đầu, trang điểm cho nàng, bơm cà phê trong chiếc xe thùng của đạo diễn. Đám chuyên gia trang trí chịu trách nhiệm sơn lại thảm cỏ (không đủ xanh so với cốt truyện). Gã chủ nhiệm trường quay đưa ra những mệnh lệnh khó hiểu cho đám kỹ thuật viên vốn khá nhanh nhạy. Cả ngày, họ cật lực đo đạc độ ánh sáng và trao đổi với nhau những con số thần bí:

- Thử cho cái 4 chuyển sang 12 xem.

- Không, ta sẽ thử một tiêu cự khác, để cái 8 sang 14 cho tớ đi.

Chúng tôi cùng Charlie ngấu nghiến hết tất cả những gì gã bồi bàn bê đến: kẹo cao su kể cả loại thường lẫn loại bong bóng, kem với phó mát, hăm bua gơ cá hồi, kẹo cao su kem cá hồi??? với phó mát gà cùng nước chấm sashimi. Bỗng nhiên, chẳng ai để ý rằng đã tám rưỡi tối và gã Enrique đã không tươi cười nữa.

- Bầu *chời chẳng*, ta không thể *quai đọc* với thời *tết* này.

Vị khách hàng của chúng tôi đặc biệt nhấn mạnh rằng họ muốn trời xanh lơ với bóng tối có màu tương phản.

- Nhưng làm thế nào? - Enrique rống thêm - Esta mới chính là ánh sáng của Chúa. Charlie vặn lại, giọng kẻ cả:

- Nghĩa là, Chúa là một gã quay phim bần tiện.

Gần như không thể thay đổi bầu trời khi so với tiêu chuẩn gốc. Nếu quay với thời tiết này chắc chắn sẽ phải tô màu bằng Flame lần lượt cho từng thước phim, mà cái thú này sẽ tiêu tốn khoảng 6 nghìn EURO/ ngày. Chẳng biết phải làm gì, chúng tôi bèn gọi điểm tâm, hết lần này đến lần khác chỉ để chờ cho sương mù tan ra. Mụ phụ trách sản xuất chương trình truyền hình dứt tóc và gọi điện thoại cho hãng bảo hiểm ở Paris để đòi hưởng Chế độ “Weather Day”. Ngược lại, đối với tôi, tất cả những chuyện bát nháo này chẳng có gì quan trọng. Kể từ ngày bỏ ma túy, tôi nhồm nhoàm luôn miệng suốt ngày.

Tamara, Charlie và tôi hiện diện khắp nơi như một bộ ba thân thiết. Đám gái người Mễo luôn miệng sán đến:

- *Are you playing* a “ménage à trois”?[30]

Suốt buổi sáng, chúng tôi nốc Corona và cười không dứt. Tất cả những người xung quanh, ai cũng phải lòng Tamara. Còn phải nói, cô nàng kiếm mười nghìn euro một ngày vì đã khuấy lên loại phản ứng hóa chất này ở giống đực. Những gã kỹ thuật viên râu xồm đội cát két và mang dây cáp, máy bộ đàm kêu inh ỏi, đám nhân viên phụ trách ánh sáng dõi nhìn trời với vẻ bất lực. Chúng tôi phết kem chống nắng lên người - có lẽ loại kem này sẽ thu hút mặt trời đến với chúng tôi chăng? Những tấm mành đen che chắn chúng tôi với hiện thực. Nhưng chúng tôi còn biết làm cái trò gì nơi đây nếu Miami không có mặt trời?

- Cần phải để ý sao cho những cây cọ không lọt được vào khung hình. Nên nhớ là cảnh quay diễn ra tại Pháp đấy nhé. Nếu không sau này sẽ phải quay cảnh cây sồi với cây dương đấy.

- Hoan hô, Octave, cám ơn ông, ân nhân. Chỉ với mỗi câu này, ông đã xứng đáng được hưởng tiền vé máy bay rồi đấy.

Charlie đùa nhưng vẻ mặt của hắn có vẻ băn khoăn. Từ sáng sớm, hắn cứ đi tới đi lui, cứ như là không muốn nói chuyện với tôi. À, cuối cùng thì đây rồi:

- Nghe này, Octave, tôi phải báo cho ông tin này. Ông có biết là công ty ta sắp có những thay đổi lớn không?

- Cám ơn, tôi cũng biết rồi. Sau vụ DC chết, mọi chuyện đều có thể xảy ra.

- Người ta không nói DC chết mà là DC tạ thế.

- Ông còn dám nói xỏ xiên với chuyện tự tử của ông chủ yêu quý của chúng ta sao?

Tamara bật cười nhưng Charlie đã trót thì phải trét:

- Ông có để ý thấy là thằng cha Jeft của chúng ta vắng mặt ở Sénégal không?

- Ừ, khi thấy vậy, tôi cũng chỉ muốn vứt béng mọi thứ. Nói thẳng là tôi không thể hình dung chúng ta sống ra sao trong suốt bốn ngày ở đây không có hắn.

- Thôi đừng đùa nữa. Tôi biết tỏng Jeft đang ở đâu trong khi chúng ta đang ngồi đây dưới nắng trời. Hãy hình dung là gã đồng nghiệp yêu quý của chúng ta đã kịp vung vinh tận New York và đang xin xỏ các ông chủ của Ross cái Chức Chủ tịch thay thế Philippe.

- Ý ông là sao đấy?

- Ông nghe thấy rồi đấy. Cần phải nói rằng, thằng cha Jeft này mánh lới ra phết: lợi dụng sự ủng hộ của Duler, hắn dọa rằng, nếu không thay đổi ê kíp lãnh đạo ở Văn phòng chi nhánh Pháp thì sẽ chẳng có đơn hàng đơn hiếc nào hết. Thế ông có biết người ta, cái đám tai to mặt lớn của tập đoàn, trả lời hắn thế nào không?

- "*Go fuck yourself]eft"?*

- Không hẳn thế. Cái đám dân Mẽo ấy chỉ thích những thằng trẻ ranh mồm mép và hãnh tiến nhăm nhe hất ghế mấy bác già thôi. Và họ huấn luyện những điều này cho đám cá mập tương lai trong làng kinh doanh Harvard.

- Gượm đã, có lẽ ông nhảm nhí rồi. Nhận tội đi, có phải ông bày ra trò này không?

Charlie cắn móng tay và không có vẻ của một kẻ đang đùa.

- Octave này, ông cứ đắm chìm với cuốn tiểu thuyết dở hơi của mình mà không nhìn thấy những gì đang xảy ra xung quanh đấy.

- Ổ, ông thử nói xem nào! Thế thằng nào suốt ngày mài đít quần trước máy tính để săn những bức ảnh tục tĩu, sỗ sàng?

- Ông sai hoàn toàn rồi, đơn giản là tôi đang nghiên cứu thời đại của mình ấy mà. Ông có thấy tất cả chúng nó ngoác miệng ngáp như thế nào ở hội thảo không? Hãy tỉnh táo để nghe này: Jeft sẽ được bổ nhiệm vào vị trí Chủ tịch - Tổng giám đốc của Rosse thay cho Philippe, còn Philippe thì sẽ phụ trách khu vực châu Âu, nghĩa là sẽ ngồi đó và phồng mang trợn mắt. Lão sẽ được đề bạt vào vị trí chủ tịch danh dự hay đại loại một Cục phân danh dự nào đó.

- VẬY JEF LÀ ÔNG CHỦ CỦA HÃNG TA??? Nhưng hắn đã tới ba chục tuổi đâu! Hắn chỉ là một đứa trẻ con chưa biết nghĩ mà!

- Có thể, nhưng hắn không phải là đứa trẻ con trong dàn đồng ca nhà thờ đâu nhé. Nói chung, nhiệt liệt chào mừng các bạn đồng nghiệp trong những năm 2000 - kỷ nguyên của các vị chủ tịch ba mươi tuổi. Cái đám này cũng đểu cáng như các bác già ngũ tuần, chỉ có điều, đám này bề ngoài trông tươi tỉnh hơn và chi phí cho họ thường không tốn kém bằng. Chính vì thế mà đám cổ đông người Mỹ đã quả quyết rằng, hắn đã được che đậy bởi cái hợp đồng béo bở và bắn trúng đích. Trong khi Jef thì chẳng có cách nào để tống cổ Marronnier về vườn, mà ông vẫn nghe tôi nói đấy chứ?

- Mẹ kiếp... nghĩa là, Marc tự tử là do hắn biết rằng, thằng nhãi ranh chó chết kia sẽ hất cẳng hắn ta?

Đương nhiên. Và điều cơ bản là hắn sợ chúng tôi cũng thông đồng để chống lại hắn.

Bầu trời cứ trong xanh như muôn thuở, nhưng đó không phải là lý đo để nó đổ sập lên đầu chúng tôi.

- Gượm đã. Tôi chưa hiểu rõ chỗ đó, ý ông muốn nói là Jef bổ nhiệm chúng ta vào vị trí giám đốc sáng tạo à?

- Ông đoán đúng đấy. Sáng nay Jef đã gọi cho tôi và đề nghị tôi cùng ông đảm nhiệm chức vụ này. 30.000 euro một tháng, cộng chi phí công tác phí, chi phí nhà cửa, và xe hơi Porsche công vụ.

Tamara mỉm cười:

- Octave, với một anh chàng đang muốn được tống khứ ra khỏi công ty thì quả này nghe hoành tráng đấy nhỉ, đúng không?

- Em yêu, em chỉ là một tạo vật đáng thương. Làm ơn im lặng nào, anh van em đấy!

- Anh đúng đấy, anh yêu: các anh là những chuyên gia sáng tạo, còn em thì chỉ là một thứ mà các anh tạo nên thôi.

- Nghe sắc sảo đấy - Charlie cắt ngang, - nhưng yên chút nào, gà con ơi. Kể từ đây em có công chuyện với hai giám đốc sáng tạo rồi đấy. Có thấy sự khác nhau nảo không?

- Mà này, tạm thời tôi đã đồng ý nhận chức đó đâu!

- Ông *khung* thể từ *chúi* cái chức ấy đâu, - Enrique tuôn ra. Dường như cả nhóm quay phim đã biết hết về cái điều mà tôi không hề hay biết.

Và cũng đúng lúc này, mặt trời đã ló lên, xóa tan mây mù và chiếu ánh sáng rực rỡ.

4.

Có thể nghĩ rằng, Tamara đã đóng kịch suốt đời mình, nhưng cũng có thể như thế thật. Nghề gái gọi đào tạo diễn viên một cách hiệu quả hơn so với những gì người ta dạy trong trường sân khấu điện ảnh. Nàng tỏ ra thoải mái trước ống kính quay phim. Nàng thu hút ống kính quay phim, thưởng thức sữa chua một cách tham lam, cứ như thể cuộc đời nàng đang lệ thuộc vào nó vậy. Chưa bao giờ nàng lại rực rỡ như khi nàng có mặt ở khu vườn giả cảnh Địa Trung Hải ở bang Florida này.

- She' s the girl of the new century! Gã giám đốc kỹ thuật người địa phương tuyên bố long trọng với cô nàng đang vào vai “making of”.

Tôi đồ rằng, thứ nhất, gã này đang muốn giới thiệu Tamara với John Casablanca của tạp chí ÉIite, và sau nữa là tìm cách lôi nàng lên giường. Hoặc có thể cái trình tự này sẽ diễn ra theo chiều ngược lại.

Chúng tôi chinh phục vùng đất lạ trước khi chinh phục không gian thông tin. Chiến dịch quảng bá Maigrelette sẽ kéo dải trên sóng truyền hình cho tới tận năm 2004 với những tấm áp phích hiện diện khắp nơi: tại trạm chờ xe buýt, trong những trang rao vặt trên các tờ báo dành cho phụ nữ, tại các điểm bán hàng hay thử nghiệm sản phẩm, trên tường nhà, tại các cuộc thi, trò chơi bãi biển, trong các bản tin thời sự, tờ bướm, các địa chỉ web site trên Internet, tại các quầy mua hàng tự do, trò chơi trúng thưởng thông qua việc mua hàng. Tamara, em sẽ hiện diện ở khắp nơi, và bọn anh sẽ biến em trở thành biểu tượng của loại sữa chua không béo hàng đầu trong toàn bộ không gian Schengen.

Chúng tôi uống Cape Cod và trò chuyện với cô nàng phụ trách hóa trang về Aspen. Rồi chúng tôi gặp một đám bò cái gầy dơ xương đi ngược chiều (tên chúng tôi đặt cho đám con gái dặt dẹo biếng ăn đang tìm kiếm heroin trên Đại lộ Washington). Chúng tôi giả vờ chết trước nhà Gianni Versace: giả vờ nằm lăn trên nền đất, mặc cho đám dân du lịch bấm máy loạn lên. Chúng tôi quấn những tấm ri đô màu trắng của khách sạn Delano quanh người. Tamara biến thành nàng Shéhérazade và tôi thì biến thành hồn ma Casper. Tất cả những người xung quanh

ngưỡng mộ quá đến độ chỉ còn làm tình được trong khuôn khổ giữa họ với nhau. Ngày nào ở Miami được gọi là ngày thành công? Đó là ngày mà một phần ba thời gian người ta dành cho việc trượt pa tanh, một phần ba thời gian nữa dành cho việc phê cần sa, và thời gian còn lại dành cho việc thủ dâm.

Tại trường quay, thảm cỏ bị mặt trời thiêu cháy. Để trả lại sự tươi xanh vốn có cho cỏ, đám thợ trang trí bất đầu tưới bằng loại thuốc nhuộm màu thực phẩm. Tối nay, trên phố Lincolm Road sẽ diễn ra trận *drag-queens* - trên bục đài sân khấu, những người tham dự trò chơi giật tóc giả của nhau. "Chẳng có gì thực sự mà chúng ta cảm thấy quý giá cả" - Madonna hát (ca sĩ ngôi sao này đang sở hữu một ngôi nhà đắt tiền ở Miami). Tuy nhiên, cô ta đã nêu ra vấn đề thật súc tích trong câu hát. Tôi yêu Tamara lẫn Sophie, và với mức lương của một giám đốc sáng tạo, tôi thừa sức giữ chân cả hai nàng. Nhưng tôi sẽ không nhận lời đề nghị này, bởi nó sẽ mâu thuẫn hoàn toàn với trang đầu của cuốn sách này, nơi tôi đã viết những dòng như thế này: "Tôi viết cuốn sách này là để cấp trên đuổi việc tôi". Hoặc lúc này sẽ phải sửa thành "tôi viết cuốn sách này là để được tăng lương". Tamara cắt đứt dòng suy nghĩ đầy triết lý của tôi:

- Anh muốn gì nào? - cà phê, trà hay em?

- Cả ba đều cho vào mồm anh tuốt. Tamara, em thử nói xem, em thích quảng cáo nào nhất?

- *"LESS FLOWER, MORE POWER"*. Đây là câu khẩu hiệu cho nhãn xe Bọ Cam Mới của hãng Volkswagen.

- Người ta không nói "Khẩu hiệu" mà là "tít". Nhớ nhé, nếu em muốn vào làm việc ở chỗ anh.

Chúng tôi bỏ cả buổi chiều cho các công việc của "kẻ mộ đạo". Trên màn hình máy quay video Sony là hình ảnh Tamara trên sân thượng,

Tamara trong thang gác, Tamara ngoài vườn, Tamara trong khung cảnh lớn, Tamara trong khung cảnh chung, Tamara được hóa trang theo kiểu tự nhiên, Tamara đang nhìn vào ống kính máy quay, Tamara trông tự nhiên nhờ được hóa trang. Tamara đang nếm thử sản phẩm (mở nắp hộp, vục thìa xuống, thưởng thức món sữa chua), Tamara và cùi tay gây xúc động, Tamara và đôi tháp ngà nõn nà.

- Mọi người biết không, một Tamara tuyệt nhất thuộc về sở hữu của tôi chính là Tamara trần truồng ngoài ban công căn phòng tôi, chân xỏ dép tông với một chiếc khoen ở ngón chân trái và một bông hồng xăm trên vú phải. Tamara là người mà tôi dám nói:

- Anh không muốn làm tình với em nhưng em khiến anh say đắm. Hình như anh yêu em, Tamara ạ. Bàn chân em thô ráp nhưng mà anh vẫn yêu em. Trên màn ảnh, trông em xinh hơn ngoài đời, nhưng anh vẫn yêu em.

- Em biết nhiều thằng cha độc ác nhưng lại ra vẻ tốt bụng, còn anh lại rất lạ: anh tốt bụng nhưng lại cố làm ra vẻ độc ác. Hôn em đi, chuyện này hôm nay là miễn phí đấy anh ạ.

- Em là giấc mơ bị cấm đoán của anh, nỗi đau duy nhất của anh, niềm hy vọng cuối cùng của anh.Với anh, em là âm nhạc của tình yêu, thứ âm nhạc khiến cho các ngôi sao nhảy múa.

- Lại dẻo mỏ, chỉ dẻo mỏ là giỏi thôi!

Cảnh thử sản phẩm luôn là khoảnh khắc nặng nề nhất: giữa cái nắng chang chang, cô gái Berbère đáng thương của chúng ta phải vài chục lần vờ phấn chấn tột độ khi đút vào miệng những thìa sữa chua Mairgellet. Sau vài lần như vậy, nàng sợ món này đến mức buồn nôn. Bà chị phụ trách đạo cụ mang tới cho nàng một cái chậu nhỏ để nàng ọe ra khi Enrique hô “Cắt!”. Còn một điều nho nhỏ này tôi muốn hé ra cho bạn: mỗi lần nhìn thấy một diễn viên khoái trá thưởng thức món ăn

nảo đó trong đoạn phim quảng cáo thì xin bạn hãy hiểu cho một điều: anh ta/cô ta không nuốt vào bụng mà sẽ nhổ toẹt vào cái chậu đã được chuẩn bị sẵn ngay khi máy ngừng quay.

Chúng tôi và Charlie ngồi trên những chiếc ghế làm bằng chất dẻo trước đống quà vặt - người bạn đồng hành của chúng tôi. Tất cả các đoạn phim quảng cáo đều giống hệt nhau như một trò xiếc không hơn không kém: người ta tống đám nhân viên sáng tạo vào xó nhà bằng những câu xu nịnh ngớ ngẩn nhằm không để họ huyênh hoang cho thiên hạ biết rằng chính họ mới là tác giả của những đọan phim quảng cáo kia. Chúng tôi cảm thấy phật lòng, vô tích sự và buồn nôn hơn bao giờ hết. Nhưng chúng tôi làm ra vẻ mọi việc vẫn bình thường. Nào, hãy cho chúng tôi thời hạn, chúng tôi sẽ nhảy vào ghế Giám đốc Sáng tạo Công ty ROSSE của Pháp, và chúng tôi có hàng nghìn cách để trả thù cho mình mà không mống súc sinh nào hòng thoát khỏi.

Chúng tôi sẽ trở nên giàu có và bất công.

Chúng tôi sẽ thải hết đám bạn bè cũ.

Chúng tôi sẽ thét ra lửa để tỏ ra lạnh lùng với đám nhân viên làm thuê.

Chúng tôi cho phép mình chiếm đoạt ý tưởng của họ.

Chúng tôi triệu tập các dạo diễn trẻ, vắt kiệt những ý tưởng mới nhất của họ, hứa trời hứa biển để rồi cuối cùng thực hiện các ý tưởng này ngay sau lưng họ.

Chúng tôi từ chối ký đơn nghỉ phép cho đám nhân viên chừng nào chúng tôi chưa được đi nghỉ ở đảo Maurice.

Chúng tôi sẽ trở thành những kẻ đầy tham vọng và vô liêm sỉ.

Chúng tôi sẽ vơ hết những đơn hàng béo bở, trao các chiến dịch quảng cáo triển vọng nhất cho đám nhân viên thuê mướn bên ngoài, còn đám nhân viên làm công ăn lương thì nên biết thân biết phận của mình.

Chúng tôi cố sao cho các bức chân dung của mình phải xuất hiện trên các trang quảng cáo kinh tế của tờ *Figaro*, còn nếu như bài báo của một nữ phóng viên không lăng xê chúng tôi thì chúng tôi sẽ hù dọa sếp tống cổ cô ta không hợp tác quảng cáo nữa.

Chúng tôi đại diện cho thế hệ mới của các Chuyên gia quảng cáo Pháp.

Chúng tôi sẽ mua chuộc tùy viên báo chí của tờ *Các Chiến Lược* để có thể phát ngôn trong mục truyền thông với những câu kiểu như "Cần phải phân biệt concept (khái niệm) với percept (đối tượng tri giác)".

Chúng tôi sẽ thường xuyên vũ trang bằng từ "quyền ưu tiên bán trước".

Chúng tôi sẽ luôn bận bịu và không thể liên hệ được. Để được gặp chúng tôi, bạn sẽ phải chờ ít nhất là ba tháng (để vào giây phút cuối cùng, cô nàng thư ký đỏng đảnh của chúng tôi thông báo rằng cuộc gặp này đã bị hủy bỏ).

Chúng tôi quen với việc cài cúc sơ mi thật cao.

Chúng tôi đẩy mọi người xung quanh vào trạng thái trầm cảm và trút xuống đầu họ mọi cơn thịnh nộ của mình. Đám nhân viên quảng cáo sẽ nói xấu

chúng tôi sau lưng mà không dám đối mặt vì chúng tôi sẽ khiến cho họ phát tởn.

Chúng tôi sẽ đắm mình vào những việc vớ vẩn nhưng tất cả người thân của chúng tôi sẽ chẳng thể có cơ hội gặp gỡ chúng tôi.

Chúng tôi sẽ là những kẻ nguy hiểm và thù hận.

Chúng tôi sẽ là những kẻ giật dây xã hội hiện đại.

Chúng tôi sẽ ở trong bóng tối “cho dù đang ở giữa ban ngày”.`

Chúng tôi kiêu hãnh vì sự tắc trách nặng nề đang quàng lên đầu lên cổ chúng tôi.

- Em hài lòng về việc hóa trang chứ?

Giấc mộng ngọt ngào của chúng tôi đã bị cô nàng phụ trách hóa trang cắt đứt. Cô ta đang cần ý kiến của tôi và Charlie. Rồi cũng có ngày chúng tôi sẽ bổ nhiệm cô ta vào vị trí trưởng bộ phận hóa trang của tập đoàn R&W vì nàng ta đã nhìn ra giá trị của chúng tôi trước cả khi chúng tôi được bổ nhiệm.

- Nếu như diễn viên trông tự nhiên là đủ rồi, - Charlie nói, giọng có vẻ quan trọng, - Phải khỏe mạnh, tự nhiên, cân bằng, năng động và xác thực.

- Yes, nếu thế tôi sẽ làm cho môi của cô ấy hơi *Glossy*[31] một tí chứ không muốn đụng đến nước da cô ấy đâu - cô ấy có làn da tuyệt vời.

- Ồ không, không được *glossy* đâu nhé, - Charlie phản đối với vẻ chắc nịch của một ông chủ lớn trong tương lai, - tôi thích nó shiny hơn.

- Ồ, đương nhiên *shiny* sẽ hay hơn, - tôi vội hùa vào, - nếu không chúng ta sẽ làm hỏng mất bản sắc chung.

Cô nàng hóa trang đâm ra thấy kính nể các chuyên gia lành nghề của làng make-up môi- những con người chuyên nghiệp nhưng chẳng làm nên cơm cháo gì với việc này. Chúng tôi chỉ còn việc hù đuổi cô nàng hóa trang vào bếp, và mọi việc đâu vào đấy cả rồi.

Tamara làm sáng bừng cả ê kip quay phim. Chúng tôi ngưỡng mộ nàng, nháy mắt với nhau trước vẻ đẹp thiên thần của nàng. Tôi và nàng đã có thể được sung sướng, hạnh phúc nếu như tôi thôi nguôi nghĩ về người con gái khác. Nhưng vì sao tôi cứ phải ngu muội nghĩ đến những kẻ đã không còn gắn bó với mình? Thỉnh thoảng Tamara đưa tay lên má tôi - điều này làm nàng dễ chịu. Còn tôi chỉ khát khao một liều nho nhỏ. Mà đây có thể sẽ là một slogan thú vị về sản phẩm của chúng ta: "MAIGRELETTE - TẤT CẢ CHÚNG TA ĐỀU CẦN MỘT LIỀU NHO NHỎ". Phải chép lại câu này, biết đâu nó lại có ích!

Nghĩa là anh sẽ đồng ý nhận chỗ tiền mà người ta đề nghị chứ?

- Hạnh phúc không phải là tiền bạc, em biết đấy, Tamara ạ.

- Vâng, em biết – nhờ anh đấy. Còn trước đây, em chẳng biết đâu. Nhưng để biết rằng hạnh phúc không phải là tiền bạc, ta cần phải đã biết cả hai thứ đó: cả tiền lẫn hạnh phúc.

- Em có muốn lấy anh làm chồng không?

- Không...hoặc có,..nhưng với một điều kiện: trong đám cưới của chúng ta sẽ có một máy bay trực thăng thả một trận mưa hoa Chamallows hồng xuống đầu quan khách.

Vì sao nàng lại giấu ánh mắt đi? Cả hai chúng tôi đều cảm thấy không được tự nhiên. Tôi cầm lấy đôi bàn tay chạm đầy họa tiết bằng thuốc nhuộm henné của nàng.

- Gì vậy? Chuyện gì đấy em?

- Chẳng hay ho tí nào, bỗng nhiên hôm nay anh lại tử tế thế. Em sẽ thích hơn nếu anh tỏ ra độc ác.

- Nhưng...

- Anh đừng nói nữa. Anh thừa biết là anh có yêu em đâu. Em chỉ muốn lượn lờ như anh thôi, nhưng em đã chán ngấy những trò này rồi. Anh biết đấy, em đã suy nghĩ và quyết định tung hê tất cả. Với khoản tiền thù lao đóng quảng cáo cho Mairgellet, em sẽ mua một căn nhà nhỏ ở Marốc và nuôi nấng, dạy dỗ con gái - em đang để nó với bà ngoại và nhớ nó quay quắt.... Octave, hãy quay trở lại với cô bạn gái của anh đi và hãy cũng cô ấy nuôi dạy con cái.

Cô ấy đã cho anh một món quà đẹp nhất là đứa con, vì thế anh hãy đón nhận nó.

- Chán thế, các cô lúc nào cũng chỉ mỗi đề tài con cái! Cứ tử tế với các cô một chút thì y như rằng lại nhắc đến chuyện con cái! Thay vì suy nghĩ về ý nghĩa của cuộc đời thì các cô lại đi nhân giống mọi chuyện vô tích sự!

- Anh có thôi cái mớ triết lý rẻ tiền của mình đi không! Đừng có mà đùa giỡn những chuyện như thế. Đây này, con gái em chẳng có bố...

- Thì có gì đáng sợ đâu? Anh cũng đâu có bố nhưng anh đâu coi đó là bi kịch.

- Gượm đã, anh thử nhìn lại bản thân mình xem! Ruồng rẫy một cô gái dính bầu với mình để rồi hàng đêm lang chạ với cave!

- Ừ, đúng thế, nhưng ít ra anh cũng được tự do.

- Tự do ư? Ôi, trời ơi, tôi có đang nằm mơ không đây? Anh ta đang tự do! Không phải, Octave, không phải anh! Nadinamouk! Như thế này

thì anh quả là người cổ đại rồi. Hãy nhìn vào mắt em này, em nói nhìn vào mắt em cơ mà. Đứa trẻ sắp được sinh CÓ THỂ có một người cha. Lần đầu tiên trong đời anh CÓ THỂ hữu ích cho một cái gì MƠ HỒ chứ. Anh còn định lượn lờ bao lâu nữa trong những nhà thổ bẩn thỉu kia để nghe những câu pha trò tục tĩu của đám dân say đần độn và bất lực? Anh còn cần bao nhiêu lâu nữa đây thì mới đủ? Cái đó anh gọi là tự do hay sao, đồ dở hơi?

Có những chuyên gia phân tích tâm lý kiếm 1000 phờ-răng cho một buổi chữa bệnh. Còn nhà luân lý học Tamara "lột" của khách hàng 3000 phờ-

răng cho một giờ.

- Vứt mẹ nó mớ luân lý đạo đức của em đi cho anh nhờ! Cô nàng còn đọc bài giảng đạo đức cho mình cơ đấy!

- Này đừng có mà gào lên với em như thế kẻo em đứt mạch máu bây giờ. Đạo đức có thể là thứ khiến ta chán ngấy nhưng dù sao thì đây cũng là cách để phân biệt xấu với tốt.

- Thì sao nào? Anh thích làm một kẻ bỉ ổi, nhưng là kẻ bỉ ổi tự do, em nghe rõ chứ, chứ không phải là một thằng nô lệ trung thực hào hiệp, khẳng khái!

"Con người tự do, anh luôn thần tượng sự đau khổ!" Anh rất hiểu những điều em nói nhưng em có biết rằng hạnh phúc gia đình có thể chuyển thành ác mộng như câu chuyện ngớ ngẩn được một gã đần độn say mèm kể vào lúc sáu giờ sáng chưa? Rồi sau đó, làm thế nào mà anh có thể dạy dỗ một đứa bé khi mà bản thân anh hễ nhìn thấy cô gái điếm nào là mắt đã sáng lên rồi?

Mà tôi đã phạm một quy tắc giao tiếp cơ bản với Tamara: chỉ có nàng mới được quyền nói đến từ "gái điếm", và nếu ai đó nói từ này ra

thì nàng nghĩ

đó là một câu sỉ nhục. Nàng thút thít. Tôi cố tìm cách sửa chữa sai lầm ngớ ngẩn của mình:

- Ôi, đừng khóc, anh xin lỗi, em thánh thiện thế, anh đã nói hàng trăm lần và sẵn sàng nhắc lại mà. Mà anh là thằng đàn ông duy nhất trên đời trả tiền cho gái điếm để không lên giường với họ, bây giờ anh cũng là kẻ duy nhất làm cho một người trong số họ phải khóc. Không lẽ đây chưa phải là chiến công sao em? Nào, cho anh mượn điện thoại di động của em đi, anh cần phải gọi cho "Sách kỷ lục". Alô alô! Làm ơn cho tôi gặp người phụ trách mục "người

đàn ông bất nhã nhất thế giới", được không ạ? "

Lạy trời, nàng đã mỉm cười. Cô ả phụ trách hóa trang sẽ chỉ phải sửa một chút mascara trên mi mắt nàng thôi. Tôi tiếp tục màn tự phân tích của mình:

- Tình yêu của anh, cô bé Berbere tuyệt vời của anh, em hãy giải thích cho anh một điều này thôi: tại sao khi ta yêu một người đàn bà và mọi thứ đang diễn ra tốt đẹp thì người đàn bà lại muốn biến cả hai thành các bậc phụ huynh chăm sóc đám con nít ỉa đùn, gào khóc từ sáng đến tối và vướng víu chân cẳng chúng ta, ngăn cản chúng ta được tận hưởng bên nhau?

Quỷ tha ma bắt, không lẽ cái điều này - được ở bên nhau - lại đáng sợ đến thế? Anh chỉ thích chúng mình là một cặp "DINK"[32] thôi, thế mà nàng lại cần một GIA ĐÌNH[33] để làm gì cơ chứ? Không lẽ em không cảm thấy khó chịu khi mục kỉnh đám phụ huynh nhiều con đang hàng ngày dán mắt vào tã lót hoặc bô chậu sao? Nói đi, như thế còn gì lãng mạn không? Em thử hình dung xem, nếu mấy anh em nhà Gallagher suốt ngày chùi đít cho con thì em có còn cảm thấy họ sexy

nữa không? Phải là một kẻ như cứt thì mới làm được những chuyện như vậy - mà anh là một kẻ như thế đấy. Nói chung, chiếc BMW Z3 của anh quá chật chội để đặt vào đó một chiếc ghế trẻ con!

- Anh mới là kẻ đáng thương đấy! Nếu mẹ anh không muốn có con thì anh cũng chẳng có cơ hội đứng đây để phun ra những điều ngớ ngẩn như vậy.

- Có mất mát thua thiệt gì lắm đâu!

- Ngậm miệng lại! Đồ dở hơi!

- Có mà em ngậm miệng lại ấy!

- Thôi, dẹp ngay kiểu gào lên với em như vậy đi! Em chán ngấy đến cổ những câu la ó của anh rồi! Nàng nức nở và gào lên.

Và nàng bắt đầu hỉ mũi. Trời ạ, khi khóc, nàng trông mới đẹp làm sao! Nếu như đàn ông gây nên bất hạnh, đau khổ cho đàn bà thì thì cũng chỉ vì nguyên nhân này: khi khóc, đàn bà đẹp kinh khủng.

Cuối cùng, nàng ngẩng đầu lên và tìm ra lời lẽ thuyết phục nhất để buộc tôi cưới Sophie làm vợ.

- Em và anh vẫn có thể gặp nhau kín đáo thế này.

Ôi, đạo đức luân lý của đàn bà muôn năm!

Chính Blaise Pascal đã nói một câu bất hủ thế này: “Luân lý Chân chính cười vào mũi luân lý”. Và trong khi tôi hút nước mắt em bằng cái ống mút Seven Up thì cả hai chúng tôi đều đang nghĩ đến một điều giống nhau.

- Anh có biết vì sao em và anh chẳng bao giờ đến được cùng nhau không?

- Có, anh biết, - tôi đáp. - Vì anh không tự do mà em thì quá tự do.

5.

Và cuối cùng thì bộ phim cũng đã được quay xong: trong ba ngày, chúng tôi nướng hết ba triệu phờ- răng (500 nghìn euro). Trước khi thu dọn máy móc, chúng tôi đề nghị Enrique cho quay một phim "cơm thừa canh cặn". Tất cả đã mệt phờ râu trê, kể cả Tamara. Nhưng Charlie gào lên:

- Nghe này, TẤT CẢ NGHE TÔI NÓI NÀO! *Listen to me, please*! Lần cuối cũng khi tôi gặp Marc Marronnier còn sống, anh ta đã nói với Octave, người đang có mặt ở đây, rằng kịch bản chúng ta vừa quay xong là đồ vứt đi, và chúng ta phải viết lại kịch bản khác.

- Đúng đấy, - tôi khẳng định - Anh ta còn nói một câu mà tôi còn nhớ mãi: "Để hoàn thiện dự án, không bao giờ là quá muộn".

- Thưa Quý bà, Quý ông! *Ladies and Gentlemen!* Không lẽ chúng ta lại bỏ qua ý nguyện cuối cùng của người đã khuất?

Đám kỹ thuật viên cũng không nhiệt tình cho lắm. Nhưng sau những cuộc đàm phán với nhà sản xuất chương trình truyền hình và Enrique, cả nhóm cũng đã quyết định quay nhanh một bộ phim kiểu "cây nhà lá vườn", với các cảnh ngắn, máy quay phim vác vai kiểu "Dogma"(mùa đông này, các clip đều được quay theo trường phái phim ảnh trí tuệ Đan Mạch Dogma)

Phương án "Maigrelette Dogma" đã được thể hiện như sau: Tamara đứng trước hiên nhà làm từ gỗ tếch. Nàng duyên dáng cởi chiếc áo phông ra, mình trần nhìn vào camera rồi bắt đầu trát sữa chua lên má, lên ngực. Nàng quay người, nhún nhảy theo bậc cầu thang vào vườn rồi

nhẹ nhàng lướt chân trần lên cỏ, bắt đầu thưởng thức món sữa chua không béo, và hét lên: *"Mairgellet, I'm gonna eat you"*. Sau đó, nàng lăn người lên bãi cỏ vừa mới được cắt tỉa, sơn tút lại. Hai trái đào tiên của hàng dính đầy sơn và sữa chua Mairgellet. Nàng liếm sữa chua ở môi trên, gương mặt đầy thỏa mãn (Camera quay sát nàng với những vệt sữa chua màu trắng nhỏ lòng ròng) Ừm,m,m... Mairgellet. *It's so good when it comes to your mouth!*"

Tài quá đi mất! Chúng tôi quyết định gửi đoạn phim này đến dự Liên hoan Quảng Cáo Thế giới ở Cannes và lờ đi không chuyển cho Madone. Nếu như chúng tôi kiếm được giải Sư tử thì Duler dù muốn hay không cũng buộc phải vỗ tay hoan hô chúng tôi.

Marronnier có lẽ sẽ đánh giá sự tận tụy này.

Bây giờ là lúc có thể trở về Paris với lương tâm thanh thản để ngồi vào chiếc ghế bành còn ấm hơi của sếp. Nhưng, với Charlie - thành trì bền vững không có gì lay chuyển nổi của tôi, điều này có lẽ vẫn là chưa đủ. Vào tối hôm ấy, sau chầu nhậu nhẹt nhân kết thúc kỳ làm phim ở "Liquid", bản kéo chúng tôi vào một cuộc phiêu lưu đáng tiếc mà thật đáng tiếc là tôi không thể làm ngơ.

6.

Những tia sáng từ chiếc đèn chớp Sô-phi chao đi chao lại khắp gian phòng. Trên sàn nhảy, một mụ già dâm đãng rón rén bước ra trong chiếc áo nịt ngực bó chặt khiến cho vòng eo của mụ chỉ còn độ mười cen ti mét. Hệt như một chiếc đồng hồ cát bọc bằng lớp vỏ da màu đen vậy.

- Ông có biết mụ già này khiến tôi nghĩ đến điều gì không? Ở châu Âu, các xí nghiệp sa thải hàng nghìn công nhân làm thuê là để tăng thu nhập cho đám hưu trí giàu có ở Miami, đúng không?

- Hừm..., nói chung là đúng như vậy. Cái đám cụ ông cụ bà ở Florida, muôn người như một, đều là Cổ đông của các quỹ hưu trí, những kẻ đang sở hữu Các công ty kinh doanh quốc tế, bởi vậy, những gì cậu nói chẳng sai đâu.

- Vậy thì nghe này, chúng ta đang có mặt ở đây, tại sao ta lại không đến thăm viếng một trong những chủ nhân giá của hành tinh này nhỉ? Sẽ thật là ngớ ngẩn nếu ta bỏ lỡ cơ hội như thế này và không giải thích gì với ai trong số họ. Có thể, chúng ta thuyết phục hắn là đừng có quẳng người ta ra đường như vậy, ông tính sao?

- Tôi cho rằng, ông say rồi, nhưng thôi, OK, nào đi!

Và thế là chúng tôi sải bước - Tamara, Charlie và tôi - một kẻ nô bộc dễ bảo của bạn - đi qua đại lộ Miami Vice để tìm vị đại diện của xã hội cổ đông toàn cầu hóa.

- Ding!Dong!Ding! Dong-Ding-Dong-Ding-Dong- Dinh!

Ở Miami, chuông cửa cũng tỏ ra nổi bật khác người. Ví như cái chuông này, thay vì kêu reng reng như ở những nhà khác, lại tung theo bản *Dạ khúc nhỏ* của Mozart. Chúng tôi đã phải mất đến một tiếng đồng hồ loanh quanh trong khu dân cư ở Coral Gables tìm một cổ đông phù hợp với điều kiện của chúng tôi để mắng mỏ. Cuối cùng, Charlie bấm chuông cửa một ngôi biệt thự kiểu Ma Rốc lộng lẫy.

- *Yes?*

- *Good morning, madame, do you speak French?*

- Đúng, đương nhiên rồi, à mà chỉ một chút thôi, nhưng tại sao cậu bấm chuông muộn thế?- Chuyện là thế này, thưa bà Ward, đây là

Tamara, cô ấy đang đứng đây, (Tamara gửi một nụ cười vào camera quan sát), và cô ấy nói rằng cô ấy là cháu của bà.

Zzzzz

Cửa mở ra, và trước mắt chúng tôi là một xác ướp. Có lẽ, đã có thời xác ướp này từng là một người đàn bà, nhưng là cái thuở cổ lai hy nào, ở đâu đó trong một thế giới khác. Mũi, miệng, mắt, trán, gò má – tất cả những thứ này đậm đặc collagène. Phần còn lại của cơ thể mụ ta tựa như một củ khoai tây nhăn nhúm - có lẽ tấm ảo khoác nhàu nát mặc trong nhà đã tạo nên chỗ giống nhau này.

- Chỉ có da mụ ta là nhăn thôi, - Charlie nói với giọng nặng nề.

- Ông nói cái gì? Cháu nào? Tôi...

Quá muộn. Mụ già chưa kịp phản ứng thì Tamara đã cho mụ ta nằm vật xuống nền nhà (nàng còn là vận động viên judo đai nâu đấy). Chúng tôi vào một ngôi nhà toàn bằng vàng bốn số chín. Ở đó, những gì không được làm bằng vàng thì cũng là bằng cẩm thạch trắng. Tamara và Charlie đặt mụ già lên một chiếc đi văng với những họa tiết u mê. Có lẽ nó đã từng là mốt cùng với chủ nhân của nó. Nói cách khác, ở một thời điểm năm đó thuộc đầu thế kỷ 20.

- Như vậy, thưa bà Ward, bởi bà cũng nói tiếng Pháp, cho nên bà hãy làm ơn chăm chú lắng nghe chúng tôi. Bà sống đây một mình sao?

- Vâng, *I mean, NO*, hoàn toàn không, cảnh sát sẽ đến, rất, rất nhanh thôi. AU SECOURS! *HELP!*

- Bịt mồm mụ ta lại, Tamara, khăn đâu?

- Có ngay!

Tamara tọng chiếc khăn quàng cổ của nàng vào cổ họng bà già, trong khi Charlie thì ngồi lên người bà ta, và tôi có thể bảo đảm với bạn rằng trọng lượng của Charlie tương đương với những câu đùa giỡn của hắn.

Bây giờ bà già bình tĩnh lắng nghe điều hắn định nói.

- Bà thấy không, thưa bà, chuyện lựa chọn này rơi đúng vào bà nhưng nó cũng có thể rơi vào bất cứ một ai trong số những kẻ chịu trách nhiệm về nỗi bất hạnh đương thời trong Xã hội. Bà cần phải biết rằng, kể từ hôm nay, kiểu thăm viếng này sẽ như cơm bữa. Đã tới lúc các cổ đông của Các quỹ hưu trí Mỹ biết rằng họ không thể tàn phá cuộc đời của hàng triệu con người vô tội mà không bị trừng phạt, và dù sớm dù muộn, họ sẽ phải trả giá cho tội ác của mình. Tôi diễn tả thế có dễ hiểu không?

Charlie đã phóng lao. Đối với những kẻ lầm lì thì luôn như vậy: một khi họ đã mở miệng thì chẳng còn gì có thể ngăn họ lại được.

- Bà có nghe nói đến cuốn *Du lịch đến tận cùng đêm tối* của Louis-Ferdinand Céline Chưa?

- Ưmmm-phmmm

- Không, thưa bà Céline không phải tên nhãn giày. Đó là một nhà Văn Pháp. Nhân vật chính của tiểu thuyết nổi tiếng của ông ta là Bardamu, người đi vòng quanh thế giới để truy tìm một thủ phạm. Anh ta đã trải qua chiến tranh, bần hàn, bệnh tật, đặt chân đến Châu Phi, Mỹ, nhưng không bao giờ tìm ra kẻ chịu trách nhiệm về sự bất hạnh của chúng ta. Cuốn sách ra đời năm 1932 và năm năm Sau, Céline đã tìm ra được con lừa đó: người Do Thái.

Trong lúc này, Tamara xem xét ngôi nhà, phát hiện ra một chiếc tủ lạnh, lôi ra mấy chai bia và mang cho chúng tôi mỗi đứa một chai. Tôi

chép lại bài diễn văn của Charlie trong khi hắn vừa lè nhè vừa cưỡi lên người bà già trên chiếc ghế xấu xí.

- Tất cả chúng ta đầu biết rằng Céline đã nhầm lẫn và trở thành một kẻ bài Do Thái (Xin lỗi về sự trùng ý này). Tuy nhiên, cũng như Bardamu, chúng tôi đều đang đi tìm kẻ có tội. Người phụ nữ đứng cạnh đây tên là Tamara, và cô ta không thể hiểu tại sao mình lại phải làm nghề bán thân để kiếm tiền nuôi con gái. Còn thằng cha ngồi cạnh cô Tamara đây có tên Octave cũng không ngừng tự đặt ra cho mình những câu hỏi tương tự, cứ trông cái mặt thườn thượt của hắn là bà đủ thấy. Ai là kẻ tàn phá thế giới này? Kẻ xấu đó là ai? Người Sécbi? Mafia Nga? Đám Cực đoan Hồi giáo? Hay đám Các- ten buôn ma túy Colombia? Chẳng có gì để nói cả, ngớ ngẩn hết! Chính xác là "âm mưu liên hiệp - Do Thái" lừng danh trong thập niên 30! Bà biết tôi đang muốn đi đến đâu không, thưa Quý bà Vứt Xó kính mến? Vật bung xung? của Chúng tôi chính là bà. Mỗi người trong chúng ta cần phải nhận thức rõ hậu quả của các hành vi mình gây ra.

Chẳng hạn, nếu tôi mua sản phẩm của hãng Monsanto - ấy là tôi đang ủng hộ các hoạt động biến đổi gien. Bà giao phó khoản tiền tiết kiệm của mình cho một tổ chức tài chính nào đó và nó mang lại cho bà khoản phần trăm lợi tức giúp bà có thể mua được căn biệt thự Chó chết trong những khu dân cư đẹp đẽ của Miami này. Có thể, chưa nhìn thấy trước được những hậu quả của quyết định tầm phào này - quyết định có thể chẳng là gì cả đối với cá nhân bà, nhưng lại có tính quyết định với những người khác; bà có hiểu những gì tôi nói không? Vì cái quyết định này đã biến bà thành CHỦ NHÂN CỦA THẾ GIỚI.

Charlie vỗ bà già cho đôi mắt nhòe nhoẹt nước của bà ta mở ra. Nạn nhân rên ư ử và đang bị ngạt bởi chiếc khăn quàng.

- Bà biết đấy, - hắn tiếp tục, - hồi bé, tôi mê mẩn những bộ phim có James Bond đóng. Trong những bộ phim đó, luôn có một kẻ độc ác muốn làm Chủ

Thế giới, hắn có cả quân đội bí mật ẩn trong một pháo đài ngầm và luôn dọa làm nổ tung thế giới với những tên lửa hạt nhân lấy cắp được ở Uzbekistan.

Bà có nhớ những bộ phim ấy không, thưa bà? Đấy, cách đây không lâu, tôi phát hiện ra điều này: giống như Louis Ferdinand Céline, James Bond cũng không đoán ra được kẻ ấy là ai. Chủ nhân Thế giới không giống những kẻ độc ác, phải vậy không? Buồn cười thật. Chủ nhân Thế giới diện một chiếc áo khoác nhàu nhĩ, đội một bộ tóc giả màu xanh, sở hữu một ngôi biệt thự vô vị, nằm khoèo trên nền đất với một chiếc khăn quàng tọng trong cổ họng và không biết rằng mình đang là Chủ Nhân của Thế giới! Là bà, thưa bà Wardolar! Và bà có biết chúng tôi là ai không? Chúng tôi là điệp viên 007 đây. Tờ ra ta tam, pa-pa-pam!

Charlie khẽ lẩm nhẩm bản nhạc của John Barry. Hắn hát đúng nốt nhưng không ngăn được Bà Chủ Thế giới đang rên la, đầu vùi vào chiếc gối sặc sỡ theo phong cách Versace (người bất tử bởi sự nghiệp của ông còn sống mãi).

- Đừng có mong tôi rủ lòng thương, thưa bà Wardroppings. Bà có bao giờ tỏ lòng thương xót ai đó khi hàng loạt cùng phải hứng chịu bởi những cuộc sa thải hàng loạt, những cuộc cải tổ mạnh mẽ cũng như các sự đổ vỡ khốc liệt về mặt xã hội - những thứ diễn ra chỉ vì đôi mắt tuyệt diệu của bà không? Không hả? Vậy thì đừng có ngồi đó mà nỉ non hay tỏ vẻ tội nghiệp, thưa bà. Hãy tỏ ra tự trọng một chút và mọi sự sẽ diễn ra tốt lành. *My name is James Bond.*

Và chúng tôi tới đây chỉ để yêu cầu bà truyền đạt lại với quỹ hưu trí Templeton của bà với tài sản 200 tỉ euro, rằng kể từ nay, nó sẽ chẳng thể đòi hỏi việc sa thải công nhân tại các xí nghiệp, nếu không, sẽ có ngày càng nhiều những người như tôi đến viếng thăm những người như bà. Bà rõ rồi chứ?

Lúc này, Tamara chen vào.

- Gượm hẵng, Charlie, em có cảm giác hình như bà ta muốn nói điều gì đó.

Đúng vậy, bà già đưa những ngón tay múp míp như khúc dồi chỉ vào môột bức ảnh lồng khung đặt trên chiếc bàn làm việc. Một bức ảnh đen trắng lồng khung của một chàng lính đẹp trai đang mỉm cười trong bộ quân phục của quân đội Mỹ với chiếc mũ Cát két.

-Ummnưnm-phmmmm - bà già ú ớ, tay chỉ vào tấm ảnh.

Tôi kéo chiếc khăn trong cổ họng bà già ra để xem bà ta muốn nói gì. Bà già liền cất giọng sang sảng khắp gian nhà:

- WE SAVED YOUR ASS IN 44! MY HUSBAND DIED IN NORFUCK1NGMANDIE!!! Regarde, CONNARD, le photo de MON MARI morte CHEZ VOUS a la D DAY!)

Cá nhân tôi thấy rằng, bà già đang có lợi thế ở điểm này. Nhưng điều này đã khiến Charlie nổi đóa.

Tôi hoàn toàn không biết gì về mọi chuyện gia đình hắn. Và tôi xin nói rằng, những chuyện đó đối với tôi sẽ thật đáng ngạc nhiên.

- Nghe này, con mụ già kia. Chúng tao đến đây không phải là để được coi là những xác chết. Mày đã tham dự vào cuộc chiến này chỉ cốt để xuất khẩu cái

thứ Coca-Cola chết tiệt của mình. IT’ S COCA-COLA WHO KILLED YOUR HUSBAND! Ông già tao đã tự tử vì bị sa thải trong nỗ lực tăng thêm lợi nhuận cho chủ. Tao đã tìm thấy cha tao treo cổ, mày hiểu điều đó không, đồ súc sinh già! YOU KILLED MY FATHER!

Theo tôi thì hắn tát bà già hơi mạnh tay khiến bà ta chảy máu mũi. Tôi thề với bạn rằng, tôi đã can giữ hắn nhưng men rượu đã tăng thêm nguồn sinh lực cho hắn.

- MÀY ĐÃ GIẾT ÔNG GIÀ TAO, CON HEO GIÀ NÀY, VÀ BÂY GIỜ MÀY PHẢI CHỊU TRÁCH NHIỆM!

Hắn lấy tay đánh bà già tới tấp, thụi vào mắt, dùng chai bia đập lên mũi, giật tung hàm răng giả ra khỏi hàm rồi lại cầm lấy nhét vào bẹn mụ già. Nói chung, hắn đã quyết rút ngắn lại một cuộc đời đầy đau khổ của mụ già đang leo lắt như ngọn đèn trước gió, cho dù, ở một khía cạnh khác, điều này cũng có thể được gọi là tình trạng kích động mạnh.

Tóm lại, trong vòng năm phút qua (cũng chẳng ngắn ngủi gì - ví dụ như một hiệp đấu bốc cũng không kéo dài lâu đến vậy), mụ già Ward tắt thở, để lại căn phòng sặc sụa mùi phân. Những chiếc gối hiệu Versace sẽ đem lại nguồn lợi cho dịch vụ giặt ủi.

Dường như đã quen với những cảnh sa đà như thế này, Tamara vẫn tỉnh rụi không thèm để ý đến. Sau khi kiểm tra nhịp tim bà già và biết rõ ràng bà ta đã tắt thở, nàng bắt tay vào nhanh chóng thu dọn lại căn phòng. Nàng yêu cầu chúng tôi đặt xác bà già ở chân cầu thang nửa Hy Lạp nửa La Mã. Rồi chúng tôi nhẹ nhàng rút ra khỏi ngôi biệt thự ghê tởm này, không quên đập phá chiếc Camera theo dõi bằng những hòn đá trong vườn.

- Ông nghĩ sao, cái camera đó có lưu giữ mọi thứ không nhỉ?

- Không, đó chỉ là hộp khóa từ thôi.

- Và nếu như có dấu vết ở đó thì cũng chẳng ma nào biết được chúng ta.

Cái câu cuối cùng này khiến đám bảo vệ lăn ra cười khi xem lại đoạn băng ghi hình từ camera theo dõi (Một trong số bảo vệ này là người Haiti, nói sành sõi tiếng Pháp). Nhưng họ lập tức thôi cười khi nhận ra bà Ward bị tấn công và hành hung đến chết, và họ cần phải chuẩn bị một bản báo cáo cho Phòng Cảnh Sát Miami.

Cũng chính lúc này tôi không còn suy tư nữa... Khu phố vắng vẻ. Charlie đã bình tĩnh trở lại.

Hắn đồng tình với Tamara:

- Cái đi văng nhà mụ ta thật khiếp quá. Đến phát nôn vì nó.

Chúng tôi kết thúc buổi tối ở vũ trường Madonna, nơi đám cave chỉ mặc đồ lót. Các nàng xinh đẹp như búp bê dùng răng lôi những tờ mười đô la dắt chỗ khóa quần đám khách đàn ông: Chúng tôi vỗ tay rôm rả và trầm trồ những cặp vú đẹp mê hồn (cho dù chúng có thể được làm từ silicon).

- Với đám đàn bà bao giờ cũng là thế đấy, - Charlie nói, - hoặc họ khiến cho chúng ta chưng hửng, hoặc họ làm chúng ta buồn nôn.

Vì bị chạm vào lòng tự ái nghề nghiệp, Tamara đã thết chúng tôi một màn trình diễn tuyệt vời, nàng đứng trên bục quầy bar, diễn một màn múa lửa, miệng mút cổ chai bia Corona và lấy tay xoa bóp vân vê đầu vú bằng những viên đá từ trong ly Vodka của tôi, cho tới khi chúng tôi bị tống ra khỏi cửa bởi đã dám cạnh tranh không lành mạnh với đám ca ve ở đây. Rồi sau đó, cả ba chúng tôi thiếp đi trong khách sạn, trước màn hình vô tuyến với bộ phim khiêu dâm đặc sắc theo hệ “pay for view” (đặc biệt có cảnh double first anal, điều mà tôi không biết rằng, về mặt kỹ thuật, lại có thể thực hiện được), và, cũng phải thú nhận rằng, những tiếng rên rỉ của nữ diễn viên đã khiến “thằng bé” của tôi trớ hết cả ra quần.

Ngày hôm sau, khi chúng tôi ngồi lên máy bay để trở về Paris (vẫn ở hạng thương gia với giá 35000 frans/người cùng thực đơn là "món ăn từ bột lúa mạch đen nhồi trứng cá hồi với nước sốt cà chua"), Charlie thông báo với tôi rằng, hắn đồng ý nhận chức DC mà người ta đề nghị. Tôi đã cầu Trời cho máy bay rơi nhưng như thường lệ, ông Trời đã không làm theo ý nguyện của tôi. Bởi vậy mà vào một ngày đẹp trời, tôi trở thành ông chủ công ty đồng thời cũng là tên đồng phạm giết người.

7.

Về đến Paris, chúng tôi nhận được bức thư gửi toàn thể nhân viên Rosserys & Witchcraft qua hệ thống e-mail (có lẽ bản thông tư này được soạn thảo với sự hỗ trợ của phần mềm dịch thuật tự động):

"Các bạn đồng nghiệp của Rossery & Witchcraft thân mến,

Một trong những trách nhiệm chính của tôi đối với các khách hàng, các cổ đông của chúng ta cũng như mỗi một người trong các bạn là dự đoán tương lai của Rosserys & Witchcraft. Trong mấy năm gần đây, tất cả chúng ta đã may mắn được nhìn thấy kết quả làm việc tuyệt vời của các nhà quản trị tài ba.

Đây là những con người tài năng, những chuyên gia marketing tầm cỡ toàn cầu. Chính họ là những người giúp chúng ta đạt được các mục tiêu đặt ra, góp phần đưa tập đoàn của chúng ta trở thành tên tuổi hàng đầu trong lĩnh vực truyền thông thế giới.

Hôm nay, tôi công nhận và ghi dấu vai trò quan trọng của họ trong sự thành công của chúng ta và tôi đang chuẩn bị cơ sở cho một tương lai bền vững của Rosserys & Witchcraft trong thiên niên kỷ thứ ba tới. Bởi vậy mà tôi rất hài lòng và kiêu hãnh thông báo với các bạn về việc bổ nhiệm Jean Francois Parcot vào chức vụ Chủ tịch - Tổng giám đốc

của Rosserys Paris. Philippe Enjevin được bổ nhiệm vào chức vụ Chủ tịch danh dự chi nhánh châu Âu. Quyết định bổ nhiệm này có hiệu lực ngay từ bây giờ.

Với tư cách là Chủ tịch danh dự, Philippe sẽ có nhiều thời gian hơn cho các công việc mà ông say mê và yêu thích, cụ thể là làm việc tích cực nhằm đảm bảo chất lượng và hiệu quả trong truyền thông tiếp thị hướng đến các kết quả kinh doanh trên toàn cầu. Chức vụ mới của Jean Francois sẽ cho phép ông tập trung vào lĩnh vực mà ông am hiểu, nơi ông sẽ thể hiện tốt nhất kiến thức và kỹ năng của mình, cùng chúng ta làm việc nhằm nâng cao chất lượng cũng như sự cách tân trong chiến lược hành động - điều mà chúng ta đang nỗ lực thực hiện trong công cuộc phát triển kinh doanh ở tầm vóc toàn cầu. Chính nhờ vào sự năng động cũng như sức làm việc dẻo dai của mình, từ năm 1992, Jean-Francois đã tạo ra sự hợp tác hiệu quả với Madone. Nhân đây, tôi muốn nói lời cảm ơn tới Philippe vì những thành tích to lớn của ông trong công việc với tư cách là Giám đốc chi nhánh Pháp của chúng ta. Chúng ta tin rằng, với sự hiểu biết sâu sắc của mình trong lĩnh vực quảng cáo cũng như khả năng tài chính của khách hàng, Philippe sẽ giúp ích cho toàn hệ thống kinh doanh của chúng ta ở châu Âu.

Jean Francois bày tỏ ý định thay đổi thành phần lãnh đạo bằng bộ phận sáng tạo thông qua việc bổ nhiệm Octave Parango và Charlie Nagoud vào vị trí của Marc Marronnier - người đàn ông đã giã từ đồng nghiệp đi về cõi vĩnh hằng đã khiến cho tất cả bạn bè và người thân choáng váng.

Jean Francois sẽ thông báo cho các bạn những thay đổi khác về cơ cấu tổ chức. Nhân đây, tôi cũng xin có đôi lời với gia đình Marc, rằng cảm nhận đặc biệt sâu sắc của ông cũng như sự nhận biết các cơ hội sáng tạo đã làm phong phú thêm lịch sử hãng ta cũng như sự phát triển của ngành truyền thông toàn cầu nói chung.

Trong khả năng của mình, tôi sẽ hết lòng giúp đỡ và tạo điều kiện cho Jean Francois, Octave và Charlie làm việc tốt và tôi cũng tin chắc rằng, các bạn cũng sẽ làm như vậy.

Tôi nhìn vào tương lai của Rosserys & Witchcraft với niềm kiêu hãnh, lạc quan và tin tưởng, rằng con tàu " R&W" của thế kỷ 21 sẽ luôn đứng ở vị trí dẫn đầu.

Xin chúc những điều tốt lành nhất,

Edward S. Farringer Jn."

Thằng dở hơi Charlie đã thay mặt tôi xác nhận sự đồng ý đối với việc bổ nhiệm này, trước khi chúng tôi đi quay phim một tuần. Tôi buộc phải ký phóc vào một số thủ tục giấy tờ và tự nhủ, biết đâu, khi đảm nhận vị trí này, tôi lại thay đổi được một điều gì đó trong thế giới tởm lợm này cũng nên. Nhưng rồi,tôi đã sai lầm: người ta không bao giờ muốn trao quyền lực cho những kẻ có khả năng sử dụng nó. Vả lại, quyền lực đó là gì? Một trò chơi lỗi thời. Quyền lực ngày nay quá đa dạng, đến nỗi chế độ cũng hóa ra bất lực với nó. Còn chúng tôi thì không ngừng lẩm bẩm lải nhải mãi câu khẩu hiệu trong học thuyết Gramsci: "Muốn đổi hướng máy bay thì trước hết phải leo lên được máy bay đã". Số phận mới chó chết làm sao! Chúng tôi đã bước vào buồng lái với trái lựu đạn trong tay, và trong khi chĩa súng ra lệnh cho phi công thì phát hiện ra rằng, trong buồng lái không có phi công. Chúng tôi muốn cướp chiếc máy bay trong khi chẳng hề có ai biết lái.

V. Chúng mày

1.

Việc trở về Rosse như những kẻ chiến thắng đã làm cho chúng mày có cảm giác thật lạ. Thứ nhất, công ty đã chuyển văn phòng: vì con tàu cũ xưa đã mục, chúng máy đành để cho nó chìm và quảng trường Marcel-Sembat ở Boulogne-Billancourt khiến ta nhớ đến một công trường hàng hải hoang tàn, nơi đám công nhân ăn vận hệt như ca sĩ nhạc rap đứng trước nhà hàng McDonald. Để xây dựng văn phòng mới xa hơn chừng ba trăm thước, bạn phá đi công xưởng cũ để rồi sau đó lại xây một chiếc y như cũ, bạn có hiểu là thế để làm gì không? Vì amiăng có hại? Vì kiến trúc tồi? Hay tại cả hai? Tòa nhà được trùm lên bởi một ống khói hai chục mét, hệt như một dương vật làm bằng gạch đỏ. Ống khói này chưa bao giờ có khói, nó chưa đốt gì bên trong và hiện tại cũng có thể chưa đốt gì.

Chúng mày khá là hài lòng về việc được bổ nhiệm vào chức vụ mới. Những ánh mắt sợ hãi của 300 nhân viên mới tuyển. Những cặp môi dâm đãng của các cô nàng xưa kia vốn lạnh lùng. Giọng nói có âm vực thay đổi của đám cấp trên ngày trước nay trở thành cấp dưới. Tình bạn thắm thiết nhưng cũng đồng thời đột ngột của những kẻ bỗng một ngày nhớ lại rằng, họ luôn là bạn bè, đồng chí, anh em muôn thuở của bạn. Sự cung kính của những kẻ lép vế. Tuy nhiên, mày và Charlie là những kẻ chiến thắng, khiêm nhường. Chúng mày triệu tập tất cả trong công ty và thông báo với họ như sau:

"Các bạn thân mến, việc Jean Francois bổ nhiệm chúng tôi vào chức vụ giám đốc sáng tạo quả là quá bất ngờ và khiến chúng tôi không thể thoái thác được lời đề nghị. Tuy nhiên, chúng tôi cần phải dũng cảm hơn khi nhận lời bởi nói một câu "có" với ông ta sẽ được coi là dũng

cảm hơn so với việc trả lời “không”. Chúng tôi sẵn sàng đối mặt với một thời kỳ khó khăn, và nó gian nan là bởi rằng, thứ nhất, để vượt qua một thiên tài trong lĩnh vực quảng cáo như Marc là việc không đơn giản (lúc này, chúng mày giữ khoảnh khắc im lặng tới đáng sợ với độ dài bốn giây và mười phần trăm giây), và, thứ hai, vì chúng tôi đều là những chuyên gia quảng cáo sợ công chúng và đang cần đến sự hỗ trợ của các bạn nhằm chiến thắng nghịch lý này. Quảng cáo là nguồn gốc gây ô nhiễm cho cuộc sống, và nghĩa vụ của chúng ta là phải tạo ra một hệ sinh thái mới cho môi trường truyền thông thế giới. Chúng tôi (và cả các bạn nữa) cũng sẽ phải học cách xử sự thông minh trong mối quan hệ với người tiêu dùng. Đã đến lúc phải chấm dứt những cuộn phim và ngừng quấy rầy người tiêu dùng bằng những Clip quảng cáo chán ngắt, vô vị.

Đối với các chuyên gia sáng tạo của cơ cấu tổ chức mới, chúng tôi quyết định mở cửa chào đón họ: các nhà văn chưa được biết đến, các nhà thơ bị nguyền rủa, các tác giả của những vở hài bị chối từ, các họa sĩ chui, các đạo diễn phim con heo... Đã đến lúc nền quảng cáo của chúng ta phải kết nối với đội tiên phong nghệ thuật hiện đại. Rosse cần phải một lần nữa trở thành phòng thứ nghiệm như nó đã từng như vậy thuở ban đầu. Còn chúng tôi sẽ cố gắng hết mình để đạt tới tầm cao của sự sáng tạo - và đó cũng luôn là niềm kiêu hãnh, tự hào của hãng quảng cáo chúng ta.

Như vậy, chúng ta sẽ bắt đầu bằng một số biện pháp tượng trưng và hy vọng rằng, những biện pháp này sẽ mang lại kết quả tốt. Thứ nhất, các loa phóng thanh sẽ phát thường xuyên bài hát “Bạn OK, bạn tuyệt thế, bạn là những gì cần thiết!” của nhóm Ottawan. Giai điệu của bài này cũng được chọn làm nhạc nền điện thoại.

Các điện thoại viên cùng các cô tiếp tân phải mình trần ngồi đón khách tại sảnh. Đối với tất cả các chương trình diễn thuyết cho chiến dịch quảng cáo diễn ra tại Văn phòng khách hàng, chúng tôi sẽ tuyển chọn các diễn viên hài chuyên nghiệp từ các quán cà phê - rạp hát, dàn

nhạc Nga để tạo không khí gần gũi. Mọi nhân viên của Rosse nhất định phải hôn vào miệng nhau khi chào hỏi. Tất cả các nhân viên sáng tạo sẽ được cấp phát một chiếc camera Sony PCI để ghi lại những hình ảnh mà họ cho là cần thiết nhằm hiện thực hóa ý tưởng vụt qua trong đầu họ.

Chúng ta cần phải quay trở lại về thơ ngây ban đầu, quay trở lại với tuổi thơ của nghệ thuật. Hãy không ngừng SỬNG SỐT THÁN PHỤC như trẻ thơ. Phải phá vỡ cái chế độ tự mãn bí bách vốn có của bản thân, phải thay đổi luật chơi, nếu không, chúng ta sẽ không thể chạm được vào trái tim họ nữa, như vậy nghĩa là chúng ta đang ném tiền bạc của khách hàng mình qua cửa sổ. Đừng bao giờ quên một điều cơ bản và cũng là nguyên tắc chủ chốt của chúng tôi rằng, các bạn ở đây là để VUI CHƠI, bởi chính trong khi VUI CHƠI, các bạn mới có thể thu hút được khách hàng và khiến họ quan tâm. Phương châm mới của Rosse Pháp được ngài Terence Conran đưa ra là: "Bạn thường không biết mình muốn gì cho tới khi người ta đề nghị bạn điều đó". Câu này sẽ được khắc lên trên cổng chính của công ty ngay từ sáng mai.

Cảm ơn các bạn đã chú ý lắng nghe và lễ hội xin cứ tiếp tục".

Tiếng vỗ tay rần rần, dù hơi lộn xộn một chút. Chúng mày đã mời 300 nhân viên mới của mình đến dự buổi cocktail trong phòng họp. Đám nhân viên gần như hoàn toàn bị thuyết phục - cho dù họ sợ hãi đến mức tè cả ra quần - rằng chúng mày đã nói ra sự thật và mọi chuyện sẽ thay đổi. Giờ đây, chúng mày chỉ cần làm cho họ thất vọng từng chút một trước khi biến mất như những kẻ tiền nhiệm của chúng mày (hắn đã để lại một lỗ thủng 20 triệu euro trong ngân sách công ty).

Trong các cuốn sổ tay của mình – thứ mà các ông chủ mới thời nay thường dùng, chúng mày ghi chép những mánh khóe cần làm để trở thành người nổi tiếng:

11.00: phải thể hiện sự lịch thiệp với một gã vô dụng nào đó.

13.30: nghĩ về việc nên nghĩ thế nào.

15.25: gọi tên một tay nhân viên kỹ thuật cấp thấp nào đó bằng tên cúng cơm của hắn.

17.10: hỏi thăm tình hình sức khỏe của cô con gái một nhân viên cấp dưới đang bị bệnh (trước sự có mặt của người khác).

19.00: rời văn phòng, mỉm cười với mọi người.

Ngoài buổi cocktail "rửa ghế", Charlie còn tổ chức một món quà bất ngờ dành cho các nhân viên sáng tạo luống tuổi - bữa tiệc tối "đười ươi" Chewbacca ở nhà hàng. Vậy là tất cả chúng mày đều phải diện bộ quần áo đười ươi khổng lồ rồi ngồi trong một căn phòng riêng biệt tại Lapérouse - nơi có mười hai cô nàng trần truồng như nhộng được thuê đến làm cảnh suốt cả tối. Ờ, gã Charlie này thật sự cảm nhận được một cách sâu sắc cách thức khơi gợi động cơ làm việc của nhân viên công ty.

2.

Tuy nhiên, buổi thuyết trình đầu tiên của chúng mày trong kế hoạch làm việc với Madone đã kết thúc trong thất bại. Alfred Duler và đám bâu xâu của hắn đang trình chiếu đoạn phim quảng cáo Maigrelette (phương án sữa chua chưa qua tiệt trùng) cho một nhóm người tiêu dùng chọn lọc, và kết quả thử nghiệm không mang lại điều gì hay ho: trong thời gian diễn ra cuộc tranh luận căng thẳng, chúng mày đã buộc phải đấu khẩu với phán quyết của đám các bà già nội trợ dưới năm chục tuổi. "Quá cao", "quá triển vọng", "gây căng thẳng lo lắng", "GRP2 thấp", "không đủ thuyết phục", "quá nhiều chất Bắc Phi", "chất lượng kém ở mặt ngữ điệu, và bộ dạng", "packshot không đủ gắn kết"... nói chung là cả lô xích xông những cụm từ như vậy. Trong suốt

CUỘC tranh luận, chúng mày đã sử dụng đòn võ mồm khi chứng minh "khả năng thay đổi ở khía cạnh âm thanh cũng như việc nhấn mạnh packshot trong phần kết thúc phim", "tiến hành ASAP" việc định chuẩn lại bộ phim so với yêu cầu gốc", "tầm quan trọng của sự đổi mới trong lĩnh vực này", "gây ham muốn ở mức linh cảm tiêu dùng cùng hiệu quả của sự hiện diện trong tâm trí" - nói chung, vào hồi cuối của cuộc tranh luận, khi chúng mày đặt máy điện thoại xuống, khách hàng thường là thỏa hiệp, "với điều kiện là phải chỉnh sửa lại trên máy tính ASAP các nhận xét về việc dựng lại đoạn phim quảng cáo mà Brand Review đã đề ra".

Thế rồi chúng mày phát hiện ra rằng, chuyện làm sếp không phải là điều gì đó ngọt ngào. Giám đốc sáng tạo cũng giống như một gã thợ mộc mà khách hàng ra lệnh đóng cho một cái bàn khập khiễng, vì hắn là kẻ trả tiền cho chúng mày, là thượng đế của chúng mày. Hơn nữa, các doanh nghiệp quảng cáo cũng quá cẩn thận đến mức ngu đần không nhận ra điểm này, rằng họ đã ném tiền bạc của mình ra cửa sổ để buộc chúng mày tạo ra cho họ mẫu quảng cáo thật vô tích sự. Họ sợ tạo ra sự mếch lòng cho người tiêu dùng (họ gọi điều này là "làm ảnh hưởng đến hình ảnh" của họ) tới mức họ minh bạch một cách khó tin trong vấn đề "hình ảnh". Họ xuất hiện trên màn hình của chúng mày nhưng lại hoảng hốt lo sợ nếu bị nhận diện ở trên đó. Với tư cách Giám đốc sáng tạo, chúng mày có mặt ở đây chỉ là để xác nhận họ trong khao khát nhuốm màu sắc tâm thần phân lập này thôi.

Và cứ thế, cả chuỗi khinh miệt trong ngành quảng cáo quay đi quay lại vòng tròn chu kỳ của mình: nhân viên sáng tạo coi thường hãng quảng cáo, hãng quảng cáo khinh miệt doanh nghiệp quảng cáo, doanh nghiệp quảng cáo coi khinh người tiêu dùng, người tiêu dùng coi thường chính mình và cộng đồng mình.

Đây là phần còn lại của đoạn phim 30 giây quảng cáo Maigrelette quay ở Miami: không phải là chỉnh sửa lại bộ phim mà là một sản phẩm bầy hầy, người chẳng thành người, ma chẳng ra ma.

"Tamara ngồi trong một chiếc ghế bành trên sân thượng của một tòa nhà ngoại ô (chớ cắt bỏ các hình ảnh nhập đề trước khi sản phẩm xuất hiện, phải thay đổi tỷ lệ đôi chân của người mẫu để tạo ấn tượng trong tiềm thức người tiêu dùng; làm sáng làn da trên gương mặt diễn viên). Nàng nhìn vào ống kính Camera và kêu lên: "Tôi đẹp không? Người ta khen tôi đẹp. Nhưng tôi không đặt ra câu hỏi này. Tôi là tôi, đơn giản vậy thôi". (Bỏ từ này đi: "Người ta khen tôi đẹp" vì nó tạo ra sự nghi ngờ cũng như câu "Nhưng tôi không đặt ra câu hỏi này" cũng là thừa, vì nếu nhân vật không "đặt câu hỏi" thì cô ta còn nhắc đến làm gì chứ?

Tóm lại, trong đoạn phim quảng cáo nên giữ lại mấy câu này "Tôi đẹp không? Tôi là tôi, đơn giản là như vậy". Sau đó, nữ diễn viên cầm một hũ Maigrelette lên và nhẹ nhàng mở nắp ra trước khi xúc một thìa cho vào miệng. (Phóng to tất cả những hình ảnh minh họa cho sản phẩm.) Tamara thư thái nhắm mắt lại và thưởng thức sản phẩm. (Có thể kéo dài cảnh này lâu hơn. Đừng quên rằng đây là cảnh chính (kết quả thứ nghiệm). Việc tạo ra sự thèm muốn sản phẩm đóng vai trò rất quan trọng nhằm nhấn mạnh khái niệm lợi ích của sự thưởng thức hương vị). Sau đó, nữ diễn viên tiếp tục bài "quảng cáo" của mình, mắt nhìn thẳng vào khản giá truyền hình "Bí mật của tôi là... Maigrelette - loại sữa chua tuyệt hảo, không chất béo, với canxi, vitamin và protein sẽ khiến cho bạn trở nên thông minh và khỏe mạnh hơn." (Nên nghĩ cách làm thế nào bổ sung thêm vào đây hình ảnh minh họa 3D để khán giả có thể nhìn thấy sữa chua được đổ vào trong một bình sữa sánh đặc có các chữ "Canxi", "Vitamin", "Protein", "không chất béo" để gợi ra trong tâm trí các bà hội trợ cảm giác lợi ích thực tế của sản phẩm). Tamara đứng lên và kết thúc với nụ cười đồng lõa: "Đó là bí mật của tôi. Nhưng bây giờ nó không còn là bí mật nữa bởi vì tôi đã chia sẻ hết với các bạn rồi… ha ha ha." (Nên lược bỏ câu pha trò không cần thiết chiếm tới ba giây trong clip. Ta có thể kết thúc bằng câu "Bí mật của tôi đây" - câu này nghe thuyết phục hơn, đặc trưng hơn, hiệu quả hơn trong điều kiện cạnh tranh).

Packshot kèm Slogan: MAIGRELETTE CHO BẠN DÁNG VẺ THANH MẢNH VÀ TRÍ THÔNG MINH VƯỢT TRỘI" (có thể đưa ra slogan khác nữa không? Ta cần nhắm đến các nhóm đối tượng người tiêu dùng khác nhau có liên quan: trẻ con, người già, trung niên, thanh niên, đàn ông, đàn bà... Và tất cả những thứ đó nằm trong dòng công nghệ quảng cáo tân tiến). Tiếp theo là âm thanh của nhạc nền "Um,mm, Madone."

Chúng mày cũng chẳng cần đến dòng chữ nền làm gì bởi chúng mày đã có câu khác thay thế: "MAIGRELETTE – TẤT CẢ CHÚNG TA ĐỀU CẦN

MỘT LIỀU NHO NHỎ (Xem màn IV, Cảnh 4).

3.

Sau đó là lễ hội Cannes mà Liên hoan phim Cannes diễn ra trong khuôn khổ đó - à mà không, không phải là liên hoan phim, mà là một liên hoan khác, đúng nghĩa, và diễn ra âm thầm như các hội nghị của Tổ Chức thương mại thế giới hay Các hội thảo ở Davos tổ chức hàng năm vào tháng sáu, một tháng sau trò lừa đảo được tài trợ kia. Liên hoan này có tên là Tuần lễ quảng cáo toàn cầu mà tiếng Anh gọi là "*48th International Advertising Festival*" hay "Cannes Lyon 2001". Tham gia vào liên hoan này là các đại gia hùng mạnh nhưng chẳng ma nào biết đến - nghĩa là những người đã bỏ tiền tài trợ cho các bộ phim dài lê thê với mục đích "đầu tư sản phẩm"(như BMW với James Bond sau vô lăng hay Peugeot với phim Tắc Xi 1 và 2), những kẻ xuống tiền mua lại hàng loạt hãng phim (như Seagram với Universal, Sony với Columbia-TriStar, AOL với Warner Bros).

Những đại gia này làm phim chỉ để có cái mà hỗ trợ cho dự định kinh doanh trong tương lai, (như Disney hay Lucas film), và nói chung,

họ chính là những kẻ đang sở hữu cả hành tinh này (ở mọi nghĩa của động từ "SỞ HỮU"). Một đoạn Phim quảng cáo 30 giây đụng chạm đến nhiều người hơn một bộ phim truyện kéo dài một tiếng rưỡi (ví dụ, kế hoạch truyền thông của đoạn phim Maigrelette được đã được thiết kế và trình chiếu trên ti vi nhằm thu hút 75% dân số toàn quốc).

Dưới đây là chi phí cho quảng cáo của một số doanh nghiệp quảng cáo tại Pháp (năm 1998):

Vivendi 2 tỉ phờ-răng

L' Oréal l, 8 tỉ phờ-răng

Peugeot-Citroen l, 8 tỉ phờ-răng

France Telecom l, 5 tỉ phờ-răng

Nestlé l, 5 tỉ phờ-răng

Madona l, 3 tỉ phờ-răng

Tất cả các thương hiện này đều không chê vào đâu được. Chúng có quyền nói với bạn còn bạn thì không có quyền trả lời. Trên mặt báo, bạn có thể nói

bất cứ điều gì tệ hại về cá nhân nào đó, nhưng hãy thử đụng chạm đến một doanh nghiệp quảng cáo mà xem, bạn sẽ có nguy cơ mất toi hàng triệu euro tiền thu từ quảng cáo cho tờ báo của bạn. Trên ti vi lại càng quỷ quái hơn: luật pháp không cho phép người làm truyền hình nhắc đến hoặc trích dẫn các thương hiệu trong chương trình phát sóng nhằm "tránh chuyện quảng cáo chui", nhưng trên thực tế, chính điều đó lại ngăn cản việc bạn phê phán, chỉ trích các thương hiệu. Các doanh nghiệp quảng cáo có quyền được tự do thể hiện nếu họ muốn (với chi phí rất đắt cho cái quyền này) nhưng lại thường không bao giờ chịu

đựng được các chỉ trích, phê phán. Sách cũng vậy. Rất có thể cuốn tiểu thuyết này sẽ là đối tượng của sự kiểm duyệt gắt gao vì nó đã “chỉ trích nhãn hiệu thương mại”, “sự giả tạo”, “ăn bám”, “vu khống, phỉ báng”“chiếm đoạt sở hữu trí tuệ” hay “Cạnh tranh không lành mạnh”.

Trong tiếng Anh, quảng cáo được gọi là advertising - Các ông tổ của nghề này đã toan cảnh báo chúng ta.

Ngoài sân bay, nữ tiếp viên hàng không hỏi chúng mày:

- Các ông có hành lý gì không?[34]

Chúng mày trả lời:

- Có, còn phải nói, tôi có bằng DESS Cử nhân tiếp thị, còn ông bạn này đã tốt nghiệp Đại học Mỹ thuật.

Cả mày lẫn Charlie là đại diện cho đỉnh cao thành đạt của liên hoan phim Cannes: trẻ trung, rám nắng, giàu có, đáng sợ. Chúng mày đi dọc con đường

Croisette, mặc áo phông của Rosse (trước ngực có hàng chữ “Ở đây người ta châm chọc bạn” và ở đằng lưng là dòng “Ở Rosse, người ta làm việc như điên” (Cả hai câu slogan này đều được một thằng oắt con tập sự dở hơi nào đó với mức lương bố thí nghĩ ra), đeo cặp kính đen Helmut Lang Optical, chân dận *New Balance*, nói tóm lại, chúng mày là những gã nhà giàu đúng điệu. Theo bài bản, lẽ ra bây giờ chúng mày phải trả lời phỏng vấn mấy con mẹ phóng viên hãnh tiến máy tính cắp nách nháo nhào bổ xuống đây xí phần. Họ tạm trú tại Câu lạc bộ Jane's do Premiere Hema (một hãng sản xuất chương trình truyền hình lớn đến Liên hoan Cannes để đánh bóng đám dân sáng tạo) thuê. Nhưng trong lúc này, Chúng mày ra bãi biển Carlton đi ăn trưa do Alain Bernard vàAdam Kevorkian - những ông chủ của Pac (kẻ thù tệ hại nhất của Premiere Heure), đến đây nhằm củng cố mối quan hệ làm ăn

hữu hảo với đám bạn bè đồng niên của họ) mời. Đôi khi chúng mày cũng có những niềm vui nho nhỏ, và thậm chí là những khoảnh khắc hạnh phúc ngắn ngủi khó giải thích, thoáng qua - và chúng mày gọi những phút này là “Near Life Experience”

Tại quầy buffet, ngay từ cái liếc mắt đầu tiên, chúng mày nhận biết hết các đại gia mới nổi trong nghề. Họ ăn vận trông hệt như đám lãng du: hoặc râu tóc xồm xoàm, hoặc mặt cạo qua quít, áo phông rách, quần jeans mài bạc màu và giày bát kết thúi. Nhìn cách họ ăn vận như vậy, chẳng ai nghĩ rằng, họ là những kẻ được nhận mức lương cao nhất nước. Chúng mày có thể nhìn thấy tên của họ ghi trên thẻ:

- Christophe Lambert, Chủ tịch - Tổng giám đốc của CLM-BBDO (thu nhập 411 triệu phờ-răng, tương đương 62, 5 triệu euro; khách hàng - “Total” Slogan: “Các bạn sẽ không đến với chúng tôi theo kiểu tình cờ!”; “France Telecom” - Slogan “Với chúng tôi, bạn sẽ thấy yêu năm 2000”, Pepsi-Cola - slogan “The choice of a new generation”

- Pascal Grégoire, Chủ tịch kiêm Giám đốc sáng tạo của Leagas Delaney (một hãng quảng cáo nhỏ, tác giả của một slogan hoành tráng trong giải Cúp

Bóng đá Thế giới 98: Adidas - “Chiến thắng là ở chúng tôi”.)

- Gabriel Gaultier - Chủ tịch Câu lạc bộ Các Giám đốc Mỹ thuật - hiệp hội tập hợp tất cả các chuyên gia sáng tạo Pháp, đồng thời là Giám đốc Sáng tạo của Young & Rubican (thu nhập 481 triệu Phờ-răng, tương đương 73, 5 triệu euro; khách hàng: Công ty Orangina - slogan “Cần lắc kỹ Orangina kẻo phần ngon lành nằm lại ở dưới”, Stimorol - “Hãy nhai theo phong cách Đan Mạch!”, Ricard - “Chúng ta hãy tôn trọng nước!”)

- Christian Blachas, ông chủ của CB News (ông ta xuất hiện trong các Chương trình tối chủ nhật trên M6 “Culture Pub” cùng với Thomas

Hervé).

- Eric Tong Cuong, tên của ông ta đã cho thấy rằng, ông ta hiện là Chủ tịch của Euro RSCG Babinet Erra Tong Cuong (khoản thu nhập không được tiết lộ, khách hàng: Evian - "Nước khoáng Evian mang lại nguồn tuơi trẻ cho cơ thể bạn", Peugeot - "Hãy để chiếc xe hơi trở thành niềm thích thú cho bạn!", Canal + "Khi Xem Canal+, bạn đã quên mất rằng mình đang ngồi trước ti vi!")

- Benoit Devarrieux, sáng lập viên của hãng Devarrieux-Villaret (thu nhập 126 triệu phờ-răng, tương đương 19, 21 triệu euro; khách hàng: Credit Lyonnais – "Ngân hàng của bạn nợ bạn bản báo cáo", Volvic- "Nước Volvic - cơ duyên của bạn!")

- Bernard Bureau, phó chủ tịch của Ogilvy & Mather (thu nhập 472 triệu phờ-răng, tương đương 72 triệu euro; khách hàng: Perrier – "Nước, không khí, cuộc sống", Ford Ka – "Hãy chỉ nghĩ đến Ford nha!"

- Gérard Jean, đồng sáng lập viên của Jean & Montmarin (khách hàng: Yop – "Những năm tháng Yop", Teisseire – "Bạn lẽ ra không nễn để thiếu Teisseire", Herta – "Đừng dửng dưng đi qua những đồ vật đơn giản")

- Jean Pierre Barbou, một trong số các giám đốc sáng tạo của BDDP@TBWA (thu nhập 834 triệu phờ- răng, tương đương 127 triệu euro; khách hàng – McDonald' s – "McDo chỉ dành cho người thân của mình!", SNCF – "Với chúng tôi, bạn sẽ yêu các chuyến tàu hỏa!", 1664 – "Bốn con số mạnh hơn mọi con chữ"

- Christian Vince, phó chủ tịch tập đoàn DDB Pháp (thu nhập 843,5 triệu phờ-răng, tương đương 128 triệu euro; khách hàng: Volkswagen – "Dầu sao điều này cũng dễ thôi, – đừng bỏ trượt!", FNAC – "Kẻ gây

náo động kể từ 1954”, Badoit – “Bạn có hình dung ra nổi một bữa ăn không có Badoit không?”

- Bertrand Suchet, sáng lập viên kiêm chủ tịch của Louis XIV (khách hàng: Audi – “Sự lấp lánh bề ngoài được tạo ra là để thu hút bạn quan tâm tới nó”, Regina Rubens – “Hãy thở sâu vào, bởi bạn là một phụ nữ mà”, Givenchy – “Xa hơn vô hạn một chút”.

Cũng có cả một gã ZZZ nào đó, và sở dĩ tên gã như thế là bởi hắn ta sẵn sàng vu vi tới đảo Muỗi, đương nhiên là bằng ngân sách của các hãng sản xuất (hắn tới bất cứ chỗ nào đều được đón chào bằng tiếng vo ve của đàn muỗi đói, và tất cả đồng nghiệp của hắn cũng đều vo ve như thế, nhưng thật lạ là đối với hắn, trò này không khiến cho hắn cảm thấy buồn cười tí nào).

Ở đây cũng tụ tập cả các vị đầu hói bụng phệ cách đây chừng vài chục năm đã rặn ra được một vài ý tưởng hay hay và rồi sau đó sống vi vu với mớ cổ phiếu kiếm được từ những ý tưởng đó. Ví dụ, một trong các vị này đã tạo nên cơ nghiệp của mình nhờ bán được cho các khách hàng khác nhau cùng một slogan: “Bít tất, đó là Kindy”, “Phó mát, đó là Kiri”, “Cacao, đó là Banania”, “Đồng hồ, đó là Kelton”, “Giày – đó là Bata”…

Còn chúng mày thì cố hết sức tỏ ra vui vẻ. Ồ, cái sự vui vẻ này cũng giống như chuyện tự tử vậy, có khác chăng là người ta có thể vui vẻ hàng ngày. Mỗi khi ai đó nhắc đến tên Marronnier với tôi và Charlie thì chúng tôi lại giả đò đau khổ “V-â-n-g, V-â-n-g, thôi đừng nói nữa, chúng tớ nhớ anh ấy lắm, cho đến giờ chúng tớ vẫn nhận thư từ người ta gửi cho anh ấy. Những cuốn catalogue mà Image Bank gửi đến vẫn đề tên anh ấy, quỷ tha ma bắt, không lẽ người ta không cập nhật cuốn anbum đựng danh thiếp của mình hay sao? Mà tóm lại, cái nghề của chúng ta thối như cứt ấy và lễ hội Cannes cũng đã đến hồi bãi triều rồi.

Tối nay, sau màn short-list[35], ta sẽ gặp nhau tại quán bar Martinez nhé?”

Short-list là màn sơ tuyển của ban giám khảo để chọn ra 100 phim quảng cáo hay nhất thế giới (trên 5.000 bộ phim dự thi). Và chúng mày có tên trong đó với “Mairgellet, It’s so good when it comes to your mouth”. Ban giám khảo được chọn ra từ các đồng nghiệp trong lĩnh vực quảng cáo đến từ Nhật, Anh, Đức, Mỹ, Brazin và Pháp – thấy cảnh quay quá choáng nên đã phải đưa vào danh sách, bất chấp những tiếng huýt gió phản đối trong khán phòng. Chúng mày nộp bộ phim dự thi “Dogma” vào những phút cuối cùng của Liên hoan, sau khi chỉ phát sóng một lần duy nhất trên Kênh “Jimmy” vào lúc ba giờ sáng. Như vậy, về mặt pháp lý, nó được xem như một chiến dịch đích thực trong khi khách hàng thì nhất mực từ chối và công chúng thì không chịu xem (trong khi bản bị cắt xén không thương tiếc với slogan “MAIGRELETTE – TẤT CẢ CHÚNG TA CẦN LOẠI SỮA CHUA NÀY, CHO DÙ CHỈ LÀ MỘT LIỀU NHO NHỎ” thì lại được phát liên tục vào các buổi tối trên TF1. Nói một cách thái quá, phương án này không lọt qua nổi vòng hai!

Tamara sẽ phải đến chỗ chúng mày vào ngày mai, và sẽ thật tuyệt nếu chúng mày giành được giải thưởng chỉ đúng sau một tháng kể từ khi được bổ nhiệm vào chức vụ mới của Rosserys & Witchcraft Pháp. Chúng mày sẽ bước lên sân khấu nhận giải thưởng, sau đó phát biểu trên truyền hình và báo chí “Mặc dù Pháp là quốc gia lạc hậu so với các nước phương tây khác ở lĩnh vực sáng tạo quáng cáo, song, chúng ta đã giành dược một số giải thưởng, trong đó có giải Sư tử Vàng cho phim Maigrelette của Madone – một bản nhại sắc sảo của loại phim khiêu dâm do hãng Rosserys & Witchcraft thực hiện, nơi lãnh đạo bộ phận sáng tạo bao gồm hai nhân vật vừa được bổ nhiệm”. Hình của chúng mày sẽ xuất hiện trên tờ Các Chiến lược với chú thích như sau “Octave Parango và Charlie Nagoud nói với chúng tôi: Điều cơ bản là liên kết

các thành viên hăng hái, nhiệt tình vào đội quân những người làm sáng tạo tại giao điểm của tương lai".

Dưới đây là những mẩu chuyện trò diễn ra ở cầu phao thuyền lướt ván gần khách sạn Majestic, nơi mọi người chào nhau bằng cách giơ tay đập vào nhau:

- Dior làm em ngán đến chết.

- Em đã xem đoạn phim quảng cáo 30 giây có con thỏ nhảy dây cao su chưa?

- Cái phim quảng cáo Renaul Mégane với những cú phanh hãm khiến cho tóc bị mất nếp á?

- Chó má thế! To-tal mé-tal, hoàn toàn kim loại.

- Nhưng "Air France" phiên bản mới của Gondry thì tuyệt vời đấy.

- Anh không mấy tin vào những chương trình quảng cáo mới đây của Diesel em ạ.

- Chiến dịch Tag Heuer đơn giản là một bi kịch.

- Ngược lại, các chiến dịch quảng cáo của Pepsi thì lại làm anh bực tức thế không biết.

- Anh nghĩ sao về Kiss FM với thằng cha da đen to vật nghêu ngao trong chiếc xe Coccinelle của hắn?

- Chắc chết được! Over the top.

- Không khéo bọn Na Uy lại nẫng hết thôi.

- Em có hình dung ra rằng, cả khán phòng đứng dậy vỗ tay cho cảnh một gã đồng tính bị đứa con gái mồi chài.

- Ý tưởng đấy cũng không đến nỗi tệ đâu.

- Thế em đã xem đoạn clip với hai gã đàn ông trong sauna không? Cách xa hai chục mét vẫn ngửi thấy mùi vàng.

- Em chỉ ngưỡng mộ Megrellet của anh thôi, nhưng tại sao trong đó không thấy loại thú nào nhỉ? Chó với mèo là thứ người ta rất thích ở Cannes đấy. Thế anh có biết là các bậc phụ huynh của chúng ta suýt nữa thì trở thành đối tác của ta đấy?

- Thế hả? Thế thì ôm nhau cái đi nào! Em tên gì nhỉ?

- Nathalie Faucheton.

- Ôi, thế em có biết anh là kẻ xấc xược không. Nụ cười nham nhở.

- Anh nói cho em trò này nhé: nếu em không đi với anh, nghĩa là em chống đối anh.

- Ha-ha-ha! Em cứ tưởng là anh nghiêm túc cơ đấy.

- Anh cũng kết thúc đây. Mùa đông, anh sẽ xuống bán cầu Nam.

- Cậu có thấy Maigrelette thân yêu của chúng mình ở đâu không?

- *Uberfashion*.

- Ý tưởng thì hay tuyệt, nhưng thực hiện thì…

- Nhưng nói nghiêm túc thì cậu thích hay không thích nào?

- Giữa “thích” với “không thích” thì tớ sẽ nói là “không thích”.

- Im đi, không tớ tắc thở mất.

- Không, tớ đùa ấy mà. Nói thật tình thì ý tưởng tuyệt vời, nhưng có lẽ cậu nên giữ lấy slogan Pháp chứ *“it comes to your mouth”* nghe có vẻ chơi chữ quá đi.

- Ừ, thôi kệ. Bọn Mẽo là đồ giả nhân giả nghĩa cho nên cậu sẽ thấy là họ bỏ phiếu ủng hộ. Cứ có quả mông trần là họ khoái rồi bởi những thứ đó không được phép trình chiếu ở nước họ.

- Có lần tớ đang ngồi họp thì một gã khách hàng nói với tớ thế này: “Mọi thứ dĩ nhiên là tốt rồi, nhưng cần phải thêm vào đây nữa cái tính hiện đại hôm nay chứ”, cậu biết tớ trả lời hắn sao không? “Và cả cái tính tương lai nữa đấy.”

Giọng cười trầm trầm.

- Sếp tớ luôn nhắc đến “tính khẩu vị”! Như thể cả đời hắn không biết đến chữ “khẩu vị” ấy!

- Trong trường cao đẳng thương mại không có môn khẩu vị.

- Trong bất cứ trường hợp nào thì câu “anh ngưỡng mộ em” nghe vẫn hay hơn là “anh không thể chịu được em”.

- Bộ phim hay nhất là về gã trai nghêu ngao hát “get up… ah”, trong khi đợi chiếc xe chạy lướt qua mỗi ngày. – Tớ chưa xem, cho tớ mượn băng cát xét đi?

- Băng ấy phải nói là tuyệt, ý nghĩa lại hoàn toàn trong sáng.

- Ừ, tớ thấy nó siêu thoát quá.

- Mà lại rất khác lạ đấy.

- Nhưng tớ vẫn thấy bất bình với cái short-list kia.

- Chắc là vì bọn Nhật chẳng hiểu quái gì cả.

- Nhưng nói chung, làm phim Maigrelette khiêu dâm là một việc làm táo bạo đấy.

- Nhưng cơ bản là nó gây ấn tượng

- Ôi, các cậu sẽ biến thành một lò sát sinh mất.

- Cậu có biết gì về cái tin cuối cùng của Tony Kaye không? Hắn đòi người ta xây cho hắn một đường hầm với 600 con cá dorade treo lên tường mà không hề sử dụng.

- Tớ định tung ra một ấn phẩm mới và muốn trao đổi với cậu chút. Nó sẽ có tên là "magalogue", – nghĩa là một món trộn giữa tạp chí và catalogue.

- Thế sao không gọi nó là ca-ta-din?

Hơi thở nặng nề, mắt ngước lên trời.

- Sophie thế nào?

- Sắp vỡ chum rồi.

- Thế à! Thú vị nhỉ, còn tớ thì đang chờ một cái đi văng để trị bệnh tâm thần.

- e chào.

Đó là Mathieu Cocteau, một nhân viên viết lời quảng cáo ở BDDP hiện đang là chuyên gia thứ thiệt trong lĩnh vực thiết kế web.

- e chào. Thế cái e-business cò con của cậu chạy khá chứ?

- e-ừ, túc tắc. Kiếm e-200 triệu trong sáu e-tháng.

- Thế cậu e-giờ trò quái gì ở e-đấy?

- À, đang e-cần đến lòng thương của các cậu đây. Tớ đang cần phải quảng cáo cho các trang web cứt đái của mình đồng thời cần nguồn để nuôi chúng. Nền kinh tế mới hoàn toàn chẳng mới gì sất. Nó cũng giống như nền kinh tế cũ, chỉ tồn tại nhờ quảng cáo thôi.

- Tớ nói cho cậu biết cái này: chúng ta là những kẻ mánh lới – vào thập niên 80, sau khi "nuôi sống" công chúng bằng quảng cáo, thập niên 90, chúng ta làm cho họ tin rằng, chúng đã lỗi thời rồi để Internet qua mặt trong những năm 2000. Như vậy, trên thực tế, chưa bao giờ chúng ta lại quyền uy như vậy!

- e-ok, tạm biệt. Xin lỗi nhé, tớ e-vội quá. Tớ phải đến cybercafé ngoài bãi biển để kiểm tra thư điện tử của tớ.Thôi nhé, e-chao.

- Bye bye.com!

Ban đêm, tất cả lũ chúng mày nhẩy nhót ở Nibarland khi vẫn ngự trong ghế bành như những kẻ bại liệt vì mốt này xuất phát từ New York: ông thị trưởng đã thu hẹp hoạt động của các hộp đêm ở đó đến mức tất cả đám dân chơi chỉ còn nước tụ tập trong các quán bar vốn là nơi cấm khiêu vũ. Bởi vậy mà ở *Spy, Velvet, Jet, Chaos, Liquid* hay *Life*, dân chơi nghe nhạc với volume mở to đến hết cỡ và không cần phải nhấc mông rời ghế, hai tay vung vẩy theo điệu nhạc. Giờ đây, mốt này du nhập vào nước ta qua Đại Tây Dương. Và những kẻ lắc lư uốn éo trên sàn nhảy chính là những mống ngớ ngẩn nhất. Giờ đây, trên toàn thế giới, người ta quen với kiểu ngồi giữa mớ âm thanh váng óc, và nếu khác đi, chúng mày sẽ cảm thấy bị tẽn tò. Trong sàn nhảy ở

Cannes, chúng mày nhanh chóng nhận ra đám dân bản địa – chúng cặp kè với các mỹ nhân địa phương, đùa nghịch như đám ngố nhà quê, trong khi chúng ta – những kẻ làm quảng cáo ngự ở các hàng ghế dài không lưng, miệng nhấp bia để chứng tỏ cho đám đồng nghiệp biết rằng ta vừa trở về từ New York City hoa lệ. Còn mày và Charlie thì nhấp nhổm rời khỏi bàn cả chục lần để lò dò ra phòng vệ sinh, chờ năm phút trong đó và quay trở lại với tóc tai phờ phạc, hơi thở hổn hển, rồi nốc những cốc nước to vật và gãi mũi khiến cho đám người Nhật hàng xóm hiểu rằng chúng mày có cocain chứ không phải họ.

Nhưng lần này thì chúng mày có cảm giác như đang hiện diện trong một bộ phim của David Lynch: đằng sau vẻ ngoài chỉn chu, tươi tỉnh đang ẩn giấu một nguy cơ đen tối, một sự độc ác bí ẩn, một cơn điên hủy hoại và nó buộc chúng mày phải ngoác mồm ra hơn nữa để cười.

4.

Và bây giờ, chúng mày hãy nhập hồn vào viên cảnh sát trưởng Sanchez Ferlosio, 53 tuổi, đang ngồi trong văn phòng chật hẹp của mình tại Cannes. Đã cuối ngày, chúng mày lắng nghe tiếng con ve sầu, khoan khoái nghĩ đến week end bình yên cùng một vại vang trắng ngay quầy buffet De la Ga. Bỗng nhiên, chúng mày nhận được lệnh bắt giam quốc tế qua e-mail cùng với một băng video kèm theo. Chúng mày nhấp chuột vài lần và trên màn hình vi tính lập tức xuất hiện ba nhân vật người Pháp mặc đồ trắng đen đang đi ra từ một biệt thự và nói to "Cậu có nghĩ camera sẽ ghi lại không? – Không, đó là hệ thống cửa từ mà. – Với lại, nếu có dấu vết thì cũng chẳng ma nào biết được chúng mình". Rồi họ bước đến gần ống kính với một hòn đá to tướng.

Chúng mày rị mọ lần mò một thông điệp bằng tiếng Anh với nội dung "*First Degrex Murder Prosecution*" (thế đấy). Chúng mày không rành tiếng Anh nhưng nói ngắn gọn thì mọi việc được tóm tắt thế này: vào tháng hai năm nay, cảnh sát bang Florida yêu cầu viên cảnh sát

trưởng Miami điều tra về những kẻ có liên quan đến việc quay phim quảng cáo vừa qua.

Máy tính cho ra kết quả với tên tuổi và nghề nghiệp của ba nghi can người Pháp, và khi đọc đến phần khai nghề nghiệp của họ, chúng mày lập tức hiểu ra nguyên nhân vì sao người ta lại tới quấy rầy chúng mày đúng vào lúc Liên hoan Quảng cáo Cannes đang diễn ra. Chúng mày hoài niệm về cái thời đã qua, khi mà công việc của chúng mày còn chậm chạp và khó khăn, và rồi chúng mày nhấc máy gọi để xin danh sách những thành viên tham dự Liên hoan phim Cannes và đăng ký lưu trú tại khách sạn Palaces de la Croisette.

Mày và Tamara tỉnh giấc khi trời đã xế chiều: những tấm ri đô Carlton rất dày nên chúng mày không nhìn thấy ánh sáng ngoài trời. Chỉ cần móc tấm biển "Xin đừng quấy rầy" vào cửa là đám phục vụ khách sạn sẽ để chúng mày yên. Chúng mày đã nốc rượu tì tì cả đêm nhưng mày vẫn chưa tỉnh hẳn khỏi cơn say hàng trắng: chúng mày muốn thử món "nấm" gây ảo giác được chuyển từ Amrsterdam sang. Và nhờ có thứ nấm này mà vào khoảng bốn giờ sáng, mày đã nẩy ra một ý tưởng quảng cáo cho Humex Fournier (viên thuốc chống cảm cúm):

"MỘT CÔ EM TÓC VÀNG CẮT NGẮN NGỒl Ở BĂNG GHẾ SAU TRONG MỘT CHIẾC XE MERCEDEC LỘNG LẪY, BÊN MỘT GÃ Ả RẬP GIÀU CÓ. TAY TÀI XẾ BỊ CẢM NẶNG. BỖNG NHIÊN, GÃ TÀI XẾ BẮT ĐẦU HẮT HƠI: "HẮT… XÌ" ĐÚNG VÀO LÚC CHIẾC XE CHUI VÀO ĐƯỜNG HẦM ALMA. MÀN HÌNH ĐEN KỊT, TIẾNG BÁNH XE KIN KÍT VANG LÊN CÙNG TIẾNG VA ĐẬP MẠNH. LOGO "HUMEX FOURNIER" HIỆN LÊN VỚI SLOGAN "HUMEX FOURNIER – BẠN HÃY CHẶN NGAY CƠN CẢM CÚM CỦA MÌNH TRƯỚC KHI NÓ CHẶN BẠN!"

"Không đến nỗi tồi!" – mày tự khen mình rồi đọc lại những dòng viết nguệch ngoạc trên góc mẩu khăn bàn. Dòng chữ này đã từng đem

lại niềm hy vọng cho mày với giá không dưới một triệu euro. Nhưng mày còn có phương án tốt hơn thế nữa.

"JOHN KENNEDY (CON) LÁI MỘT CHIẾC MÁY BAY THỂ THAO TRÊN VÙNG LONG ISLAND. ANH TA BỊ CẢM NẶNG, HO VÀ HẮT HƠI LIÊN TỤC. CAROLYN, VỢ ANH TA HƠI LO LẮNG. ĐIỀU NÀY HỢP VỚI BESSETTE, CÁI TÊN THỜI CON GÁI CỦA CÔ. CAROLYN ĐƯA CHO ANH MỘT VIÊN HUMEX FOURNIER NHƯNG JOHN TỪ CHỐI VÌ HỌ ĐÃ QUÁ TRỄ ĐỂ ĐẾN DỰ ĐÁM CƯỚI CỦA CÔ EM HỌ. BỖNG NHIÊN ANH TA BẮT ĐẦU HẮT HƠI RẤT MẠNH, MÁY BAY CHỆCH KHỎI ĐƯỜNG BAY. LOGO "HUMEX FOURNIER" HIỆN RA VỚI SLOGAN "HUMEX FOURNIER. ĐỪNG CÓ BẮT ĐẦU MÀ CHÚI MŨI XUỐNG ĐẤY"

Đêm qua, lần đầu tiên mày và Tamara trải qua những phút giây thăng hoa thật tuyệt vời. Và đó là một cuộc ái ân ngọt thơm như mùi trái mơ và tự nhiên như thiên nhiên vốn có. Octave, mày xứng đáng với tiếng tăm và danh hiệu chuyên gia thâm nhập cơ thể phụ nữ. Trên MTV, nhóm REM hát "Đây là ngày tận thế và anh cảm thấy dễ chịu".Tamara sà đến bên cạnh khi mày đang loay hoay tìm một mẩu khăn ăn để lau những ngón tay loét nhoét vừa sục vào món "nước cốt mơ" xong. Nàng có cặp môi ngọt ngào (cũng là món nước cốt mơ). Nàng vuốt ve mày bằng những ngọn tóc lười biếng. Tamara có làn da mịn màng và bóng đến mức có thể soi thấy mình trong đó. Mày lại cương cứng ngay sau khi đạt cơn cực khoái. Mà chuyện này đã từ lâu rồi không xẩy ra. Khi đã gắn bó lâu dài với một ai đó, người ta thường không biết đến lần cương cứng thứ hai nữa. Thế mà lần này lại rất thú vị: mày vừa phóng tinh xong, bọn mày tình tứ nhìn nhau, rồi nhấp một chút nước, rồi cùng hút thuốc lá, huyên thuyên chuyện nọ chuyện kia rồi rúc rích cười và đột nhiên, trong nháy mắt, cơn thèm muốn lại sôi sục trở lại.

Khi Tamara ngủ, những giọt mồ hôi lấm tấm trên trán nàng trông như những giọt sương. Như Paul-Jean Toulet từng viết trong cuốn tiểu

thuyết “Bạn gái Nane của tôi”, nàng có cái “duyên dáng yêu kiều của các cô gái lai với vẻ mệt mỏi, trễ nải vì không phải mó chân đụng tay bao giờ cả.” Và bây giờ, mày vẫn ngạc nhiên là trước đây đã phải mất nhiều thì giờ để cởi chiếc áo hở cổ màu trắng của nàng. Nếu như mày biết được rằng, nó ngọt ngào ra sao! Nàng nhuộm tóc, nhưng không chỉ có màu vàng, mà còn uốn quăn gợn sóng.

Khi nàng quay đi, tất cả đám đàn ông đều ngoái cổ nhìn theo. Nhìn nghiêng, nàng có dáng vẻ chăm sóc kỹ lưỡng nhưng mềm mại, cặp mắt ánh vàng mà da diết. Tất cả đám đực rựa cứ nằm dài ra mà ngắm nhìn nàng với những lời tán dương, khen ngợi. Món tóc gợn sóng của nàng dường như không đuổi theo nhịp của nàng. Chúng bồng bềnh phía sau nàng và trong mỗi bước chân nàng, món tóc ấy tỏa ra mùi thơm quen thuộc – mùi nước hoa “Ám ảnh”… Mùi của Sophie trong buổi lãng mạn ban đầu, khi nàng thử nghiệm quyền năng của mình với mày và cong bờ môi hệt như như Carolina Herrera trong một mẩu quảng cáo. Điều đó đã khiến mày nghĩ rằng, cả mày lẫn nàng ân ái cùng nhau mà chẳng cần dùng tới bao cao su.

- Cẩn thận đấy, Tamara, anh dễ có con lắm đấy.

- Anh dọa em đấy hả? Mười năm nay, em uống thuốc ngừa thai đều đặn. Thế anh có bệnh tật gì không đấy?

Cả hai vờ nhắm mắt trước chương trình truyền hình cáp. Thế rồi gã Charlie hét toáng lên trong điện thoại, làm cả mày lẫn nàng bừng tỉnh:

- Ta có sida rồi! Nhận được sida rồi!

- Gì th-ế-ế?

- Nghe này: Bộ Y tế vừa cho chúng ta ngân sách quảng cáo phòng chống Sida, tuyệt không? Mười triệu euro đấy!!!

Tamara quay sang mày:

- Có chuyện gì thế anh?

- À, đâu có gì đâu. – Charlie gọi ấy mà. – Chúng ta nhận được sida.

Suốt cả tối đến sáng, chúng mày chỉ dùng loại nấm gây ảo giác chuyển từ Armsterdam sang (mỗi “cây nấm” có ba chân và bốn đầu), và câu chuyện của bọn mày chuyển sang một hướng khác:

- Anh có hai đầu.

- Tủ sắp nổ tung này.

- Em là siêu sao.

- Anh muốn xem phim, em có biết tại sao không, điều này có bình thường không?

- Để hiểu được anh đang hỏi cái gì thì có lẽ câu trả lời của em sẽ muộn màng đấy.

- Anh vẫn không ngừng suy nghĩ trong đầu.

- Anh đã chiến đấu với mini bar, thế mà nó thắng đấy.

- Thế cũng chẳng nên trò trống gì đâu.

- Anh lại trở lại là anh.

- Em chẳng muốn xem phim con heo tí nào. Chả ra làm sao cả, nhưng mà dù sao thì nó cũng ok.

- Lũ đàn bà con gái các em, tại sao cứ muốn giữ bọn anh cho mình?

- Em không chịu được những câu bắt đầu bằng kiểu “tôi không chịu nổi…”.

- Em làm cho anh hết cơn khát yêu đương.

- Còn anh thì vẫn không thôi lừa dối em.

- Chính xác. Nhưng anh có thể làm điều tồi tệ hơn nữa kia – cưới em.

Chúng mày có nhận biết được sự khác nhau giữa đám giàu sang và kẻ nghèo hèn không? Bọn nghèo hèn bán ma túy cho đám giàu sang để sắm giày Nike, còn lũ nhà giàu lại bán giày Nike để mua ma túy.

Biển nhảy múa trong vùng vịnh đen ngòm. Hôm nay, biển không chơi trò đổi thay lấp lánh. Chỉ đến hôm sau, Tamara mới báo cho mày biết là nàng đã rời xa mãi mãi.

- Với ai?

- Với Alfred Duler, khách hàng của anh ở Madone ấy! Anh ấy điên dại với em, gửi cho em vài chục tin nhắn mỗi ngày. Tụi em ngủ với nhau tuần trước. Anh ấy đưa em đến Trianon Palace và chút nữa thì điên lên vì hạnh phúc, mặc dù anh ấy sợ chết khiếp, cái anh chàng đáng yêu ấy. Anh biết không, anh ấy cũng tử tế ra phết, còn tuyên bố với em nhiều thứ ghê gớm lắm, thậm chí còn hứa bỏ vợ để có em, vì cô vợ nghe nói đang làm khổ anh ấy và khiến anh ấy chán ngán.

- Cũng chẳng có gì mới nhỉ, chính hắn cũng đang làm cho cả triệu triệu người phát ngán nữa. Nhưng em định thế nào với con gái em – để nó lại Ma Rốc à?

- Không, Alfred muốn em đưa con gái em về Pháp. Anh ấy muốn bọn em sống cùng nhau. Rồi sẽ li dị vợ để cưới em – nói chung là anh

ấy sẵn sàng làm tất cả… Anh biết đấy, chỉ cần có vòng eo thon thả và cái lưỡi dẻo là có thể khiến cho một lão già ngũ tuần lăn kềnh càng.

- Và trẻ hơn vợ hắn hai chục tuổi.

- Nghe này, anh đừng có kiểu nói ấy nhé. Anh thừa biết rằng, cơ hội như thế này thường rất hiếm khi xảy ra. Đây là cơ may duy nhất của đời em và em sẽ không để vuột mất đâu! Em sẽ tạo dựng cuộc sống cho mình, sẽ trở thành một quý bà sang trọng. Lần đầu tiên trong đời, em sẽ có một ngôi nhà của mình. Em sẽ có thể trang trí cho ngôi nhà mình và em sẽ có tên là bà Duler, con gái em sẽ là tiểu thư Duler, chúng em sẽ có một chiếc xe hơi với những kỳ nghỉ mát ở Provence. Cái chính là em có được cảm giác yên ổn, an toàn, có thể thoái mái ăn uống và chẳng còn sợ mập nữa. Nhưng em cũng sẽ không quên anh đâu, nhớ đến dự đám cưới của em nhé. Thậm chí, em còn muốn anh trở thành người làm chứng cho hôn lễ, nhưng Alfred không muốn thế đâu, hắn rất ghen với quá khứ của em.

- Em đã kể hết chuyện chúng mình cho hắn sao? Em điên hay sao vậy? Hắn là khách hàng chính của anh đấy.

- Không, em không kể hết đâu. Vả lại, anh ấy cũng không tò mò cho lắm, chỉ nghĩ là chúng ta đã giấm mẻ gì đó với nhau. – Điều đó thì không đúng, ít nhất cho tới tận đêm qua.

- Đúng, bởi vậy mà em đã cưỡng hiếp anh mà. Em đến phát chán vì chúng mình chẳng làm tình bao giờ. Mà anh thỏa mãn quá rồi chứ, anh thử nói đi xem, anh có mãn nguyện không, có thích không? Em không muốn rời anh mà không cho anh nếm thử món hàng của mình. Chính nhờ anh mà mọi thứ mới đến với em đấy. (vừa nói, nàng vừa chỉ tay vào trang bìa tờ Elle – nơi có bức hình của nàng do Jean Marie Périer chụp với tựa đề “Tamara: Maigrelette theo phong cách Beur”)

- Nhưng em không định đến xem lễ trao giải “Sư tử” à?

- Nghe này, Alfred không muốn thế, anh ấy là kẻ nặng óc sở hữu đấy, vì thế em chẳng muốn làm anh ấy phật ý. Hơn nữa, ở một khía cạnh nào đó thì anh ấy đúng: anh ấy nói rằng, nếu em muốn đóng phim thì đừng nên mất thì giờ với lĩnh vực quảng cáo.

- Như thế có nghĩa là mọi chuyện giữa anh và em đã kết thúc. Thế mà anh lại đang bắt đầu yêu em đấy!

- Thôi, quên đi anh, lần cuối cùng anh cũng nói như thế với em, lúc đó thì quá sớm, nhưng bây giờ thì lại là quá muộn.

Và thế là nàng hôn mày – nụ hôn cuối cùng – và mày để cho cổ tay mảnh dẻ của nàng tuột ra. Mày để nàng ra đi vì mày luôn để mọi người ra đi như vậy. Mày để nàng đến với con đường sự nghiệp của một siêu sao điện ảnh, cái sự nghiệp mà cả mày lẫn nàng đều hiểu rõ. Mày đang càng ngày càng cảm thấy bị ho lao. Vào cái khoảnh khắc nàng đóng cửa bước đi là mày cảm thấy tiếc nuối từng giây phút đã được ở bên nàng.

Bầu trời hòa vào đại dương xa xăm và nó được gọi là chân trời. “Vào buổi bình minh của thiên niên kỷ thứ ba… “ Đã từ lâu, người ta nói với chúng ta như vậy, và cuối cùng thì thật lạ lùng là chúng ta cũng đã nhìn thấy nó. Không đến nỗi khủng khiếp lắm. Những con tàu chở dầu đi ngang qua vịnh biển để lại phía sau đuôi tàu những chiếc đuôi óng ánh sắc cầu vồng (nghĩa là ô nhiễm dầu). Mày xem bức ảnh siêu âm Sophie gửi, nó ngày một mờ đi, nhưng mày không nheo mắt lại mà mở to mãi cho tới khi hai má mày đẫm lệ.

Mày sẽ gặp những con người đến thay đổi cuộc đời mày nhưng họ không biết điều đó và rồi họ lặng lẽ phản bội mày, giao kết với kẻ thù của mày rồi sau đó mày nhìn họ ra đi như một đội quân vừa cướp phá xong, trên nền hoàng hôn cùng những đổ nát.

5.

Chúng mày là sản phẩm của thời đại. Hoặc cũng có thể không. Đổ hết lỗi cho thời đại thì thật là dễ quá. Chúng mày đơn giản chỉ là một loại SẢN PHẨM. Chừng nào toàn cầu hóa không đếm xỉa đến con người, chúng mày sẽ phải trở thành sản phẩm để xã hội có thể chú ý đến. Chủ nghĩa tư bản biến con người thành những loại sữa chua – thứ dễ hỏng, dễ mù quáng. Để đuổi việc chúng mày, chỉ cần gọi tên chúng mày trên màn hình vi tính rồi quẳng vào "Recycle Bin" hoặc nhấp chuột vào mục "delete Recycle Bin" trong menu máy tính, lúc này, máy tính sẽ hỏi "Bạn có muốn hủy bỏ dữ liệu này mà không cần khôi phục lại hay không?" Nhấn nút OK, và mọi việc kết thúc ngay. Thế đấy, chỉ cần nhấn nút OK, tên của mày sẽ biến mất. Ngày xưa, trong một mẩu quảng cáo có nói "Một cái búng tay nho nhỏ có giá hơn một cú đập mạnh", nhưng bây giờ thì một cái búng nhỏ lại gây nên một cú đập lớn.

Cho dù có là một thứ hàng hóa đi nữa thì chúng mày vẫn cứ thích mang một cái tên không dễ phát âm, phức tạp, khó nhớ, một cái tên ma túy nặng đô màu cứt ngựa hoặc ăn mòn như axít – thứ dung dịch có thể làm tan đi một chiếc răng trong một giờ, hoặc như một thứ chất lỏng có mùi vị ngọt rất lạ, hệt như một loại nước giải khát kỳ dị vậy nhưng rốt cục thường vẫn là những thương hiệu nổi tiếng trên hành tinh này. Nói ngắn gọn, có lẽ chúng mày muốn được trở thành một lon Coca-Cola tẩm độc.

Ví thử giờ đây mày có tên là Charlie Nagoud, và có lẽ mày đang ngồi trong phòng khách sạn rồi chui vào các trang web khiêu dâm để xem một băng vidéo "giải trí" (như bọn mày vẫn thường nói thế)

Đến lúc này thì chúng mày sực tỉnh rằng, đã đến giờ phải chỉnh tề, sạch sẽ để đi dự lễ trao giải Sư tử tại Liên hoan Cannes. Chỉ có điều, cô nàng Odile vừa từ chân tập sự nhót lên chức giám đốc sáng tạo cao cấp,

đang chiếm dụng mất cái buồng tắm và cô nàng sẽ trấn thủ trong đó ít nhất là bốn mươi lăm phút.

Và nếu có tên là Octave Parango, có lẽ mày sẽ đứng trước gian phòng lớn của Điện Festival. Chắc mày cũng biết rằng, điện Festival này như một lô cốt khổng lồ mang phong cách kiến trúc tân quốc xã và ngự ngay đầu đường Croisette, nơi các ngôi sao điện ảnh bước lên bậc cầu thang của Liên hoan Cannes dưới những ánh chớp lóe tới tấp của đám phó nháy. Có lẽ tụi mày sẽ đực mặt ra đợi ở đó, giữa cái đám chuyên gia quảng cáo từ các nước trên thế giới đổ về trong bộ đồ smoking thuê và đang khao khát, tò mò muốn biết lễ trao giải thường diễn ra như thế nào. Chúng mày sẽ nghe thấy tiếng ê a râm ran, sẽ ngửi thấy mùi nước hoa ngây ngát trộn lẫn mùi mồ hôi khiếp đảm. Chúng mày sẽ ngắm bãi biển với mặt cát mịn màng cùng những chiếc du thuyền màu trắng. Và nếu có cố quay lưng lại như thế nào đi nữa thì cũng vô ích mà thôi, chúng mày cũng sẽ chẳng nhìn thấy hai nghìn năm phía sau lưng mà lại mục kỉnh một gã Hà Lan đực mặt. Chúng mày lại ngắm nhìn bãi cát năm mươi nghìn năm tuổi đang phỉ nhổ vào mặt chúng mày. Trước bãi cát cổ xưa này thì hai thiên niên kỷ là cái gì? Nếu như chúng mày sinh ra vài ba năm trước khi người ta thay đổi niên lịch, điều này còn là cái cớ để chúng mày vào vai một yếu nhân.

Chúng mày biết rằng mình luôn luôn là kẻ chiến thắng. Và chỉ cần một ý tưởng là đủ cho bục vinh quang này. Chúng mày sẽ luôn luôn tìm thấy một mánh lới nào đó để vung vinh trên sư ngu dốt của người đời: bán cho thiên hạ những bộ phim khiêu dâm, đổ sữa chua Maigrelette không chất béo vào các quốc gia đói nghèo, lạc hậu; tung ra một thứ ma túy đút hậu môn hay một loại thuốc đút hậu môn có hình dương vật, đề nghị Coca-Cola nhuộm đỏ nước uống để tiết kiệm tiền dán nhãn, đề nghị tổng thống Hoa Kỳ ném bom Iraq mỗi khi trong nước xảy ra các vấn đề chính trị; đề nghị Calvin Kléin tung ra những loại thực phẩm chuyển đổi gien, đề nghị Madone thiết kế các loại quần áo sinh học, dề nghị Bill Gates mua lại tất cả các quốc gia nghèo, đề nghị Nitella sản xuất xà phòng có kẹo hạnh nhân, Lacoste – kinh doanh thịt cá sấu trong

các bao bì chân không, Pepsi-Cola – thành lập kênh truyền hình có tông nền màu xanh, tập đoàn Total-Fina-Elf – mở các quán bar với đám gái điếm đứng phục vụ tại tất cả các trạm xăng, Gillette – tung ra loại dao cạo 8 lưỡi… Nói chung, chúng mày cũng nghĩ ra được cái gì đó, đúng không?

Nào, tiến lên, cuộc nhảy đang bắt đầu. Nhạc đâu, mở đi!

6.

Gian phòng gần như đầy ắp khách. Tim chúng mày đập mạnh. Chúng mày lùa tay vào tóc và xịt vào mồm một hơi bạc hà Déomint. Giờ vinh quang của chúng mày đã điểm. Mày hơi giận Tamara một chút vì nàng đã bỏ mày ra đi nhưng chuyện ấy cũng chẳng đến nỗi nghiêm trọng. Odile tròn mắt với Charlie, có 6.000 khách mời trong khán phòng và có thể sắp tới mày sẽ bước lên sân khấu – nếu như mày được một phần thưởng. Tất cả thật tốt đẹp…Nhưng tại sao nụ cười của mày lại đang mỗi lúc một dúm dó thêm?

Mày bắt chuyện với cô gái ngồi bên trái:

- Hi! *My name is Charlie*, còn gã kia là Octave.

- Tôi biết rồi, hai anh là những ông chủ mới của Rosse.

- Ồ, thật may mắn cho tôi, cô là người Pháp! Thế cô làm ở đâu?

- Ở Rosse. Em là Adeline, làm ở phòng sản xuất.

- A, hiểu rồi, Adeline, bây giờ thì tôi biết em rồi. Thứ lỗi cho chúng tôi, ba ngày nay chúng tôi rất ít ngủ.

- Không có gì. Các anh nghĩ phim Maigrelette có cơ hội nào không?

- Cũng khó nói lắm. Có thể đấy. Cái clip ngớ ngẩn quá thể, nếu được giải thì buồn cười thật.

- Ôi, chút nữa thì em quên, “Lady Di” và “John-John” đang được gửi đi thử nghiệm.

- Bọn anh biết rồi. Và bọn anh còn nhận được HIV nữa cơ

- Vâng, em biết rồi. – Công việc của chúng ta đang trong giai đoạn phát triển.

Đèn phụt tắt. Khán giả vỗ tay đôm đốp. Chúng mày bắt chéo chân, liếc nhìn đồng hồ, lấy tay sửa lại mái tóc và ngồi chờ đến đợt công chiếu phim cùng thể loại (Sữa và sản phẩm Chế biến từ sữa). Trước mặt chúng mày là những clip quảng cáo sáng tạo nhất hành tinh: những lời tâng bốc, tán dương ngớ ngẩn kêu như bắp nổ, chế độ ăn kiêng, các loại nước hoa, quần jeans, dầu gội đầu, rượu vốt ca, kẹo sô cô la, pizza, máy vi tính, các trang web miễn phí, thức ăn cho chó, xe hơi 4x4 – kết quả của những khoảnh khắc tưởng tượng của các chuyên gia sáng tạo và vượt qua được sự kiểm duyệt gắt gao của các nhà quảng cáo; những dòng chữ in hiện đại với phông nền mầu xanh mờ nhòa, những tấm ảnh to 16 mm, bản đề cương phác thảo tương lai, những câu chữ “chào gọi”, những lô-gô màu sáng đỏ ba chiều, phim hoạt hình Ấn Độ, nhạc nhái lại, những khoản tiền kếch xù chi cho việc tinh chế phim theo kiểu thủ công, những đám đông trong thước phim quay chậm, những cảm xúc phóng túng và cái chính là các cô em xinh đẹp – mà tất cả quảng cáo luôn dựa vào những cô nàng xinh đẹp như vậy chứ chẳng có thứ quái gì có thể khiến cho thiên hạ quan tâm ngoài cái thứ sắc đẹp của đám đàn bà con gái. Mày cố làm ra vẻ thoải mái bên cạnh cô bé láng giềng đang uốn éo trên ghế và khe khẽ hát như thể đang thư giãn. Giá

như Albert Cohen[36] nhìn thấy cái cảnh này trước năm 1968 (dù trước năm 1968 này, cô nàng không thể hiện diện trên đời, có chăng, bây giờ cô nàng là kết quả của những cuốn sách mà ông ta thai nghén) thì có lẽ ông đã có cảm hứng để viết những dòng khêu gợi trong "*Người đẹp của Chúa Trời*"

- *And the winner is*… Mairgellet – *The Nymphomaniac by Rosserys & Witchcraft France*

- Vinh quang cho mày, con Sư tử Vàng ạ. Ho-sanna cho mày – Chúa tể của chín tầng mây. Bởi mày là đấng toàn năng, là Sức mạnh và Vinh quang Cho đời đời, kiếp kiếp Amen!

Chúng mày vui sướng như điên.

- *Yyyyesss,*!

Chúng mày bước xuống theo dọc lối đi, trèo lên sân khấu và chuẩn bị nói lời cảm ơn đạo diễn Enrique – người mà "nếu thiếu anh ấy, có lẽ chúng tôi đã chẳng có cơ hội hiện diện ở đây" và người đẹp Tamara bởi "nhờ nàng mà mọi điều mới trở thành có thể", rồi chúng mày định nói rằng, "mong muốn chính của chúng tôi là hát một bài ngợi ca cuộc đời và sự lao động sáng tạo của họ"… nói chung là tất cả những gì nảy ra trong đầu chúng mày lúc đó.

Ba gã cớm tóm lấy mày ngay trước mắt cả đám cộng sự trong làng quảng cáo, và chính gã Sanchez Ferlosio bập còng số tám vào tay mày đồng thời thông báo rằng, chính chúng mày đã giết bà già Ward ở Coral Gables, Quận Miami, Bang Florida.

Vâng, ở một nghĩa nào đó, có thể nói rằng, chúng mày là những kẻ ngoại hạng mà không ai sánh kịp.

7.

"Cuộc đời thường diễn ra như thế này: mình chào đời rồi giã từ cuộc sống, và ở giữa hai cái trạng thái đó là mình mắc chứng đau bụng, sống nghĩa là đau bụng, đau không sót ngày nào: năm 15 tuổi, mình đau bụng vì đang yêu; năm 25 tuổi – vì tương lai khiến mình lo sợ; 35 tuổi – vì uống rượu; 45 tuổi – vì làm việc quá sức; 55 tuổi – vì mình chẳng còn yêu ai nữa; 65 tuổi – vì những hồi tưởng buồn về quá khứ; 75 tuổi – vì căn bệnh ung thư đã di căn toàn thân. Giữa những khoảng cách này, mình chỉ còn biết mỗi việc nghe theo lời dạy bảo của bố mẹ, thầy cô, các ông chủ, đức lang quân và bác sĩ. Đôi khi mình cũng hoài nghi rằng họ chẳng coi mình ra gì nhưng lại quá muộn để làm lại một điều gì đó. Và rồi, có một ngày, một ai đó trong bọn họ thông báo rằng mình sắp ngoẻo và sau đó, họ đặt mình trong một cỗ quan tài gỗ rồi vùi xuống dưới đất nghĩa trang Bagneux dưới tầm tã mưa rơi. Anh cứ tưởng là anh được miễn phí món làm tình bằng miệng ư? Thế càng tốt cho anh. Khi anh đọc lá thư này thì em đã không còn trên cõi đời này nữa. Anh sẽ vẫn còn sống, còn em thì không. Có khủng khiếp không cơ chứ? Anh sẽ đi dạo, sẽ uống, sẽ ăn, sẽ làm tình, sẽ chọn lựa cái gì đó hoặc người nào đó, còn em sẽ chẳng làm gì hết, em sẽ đi sang một thế giới khác, một thế giới mà em biết rằng cũng chẳng hề tốt lành, hay ho gì hơn cái thế giới của anh, nhưng vào khoảnh khắc này, khi anh đang đọc những dòng này thì em biết hết. Cái chết sẽ chia lìa chúng ta. Điều này chẳng có gì đáng buồn, nó bình thường, rằng chúng ta – em sẽ chết, còn anh là kẻ đọc lá thư này, – cả hai chúng ta đều là hai mặt của một bức tường không thể nào vượt qua được nhưng vẫn có thể giao tiếp với nhau, sống và lắng nghe một xác chết đang nói chuyện cùng anh – còn gì tiện dụng hơn mạng Internet!.

Hồn ma yêu quý của anh,

Sophie".

Chúng mày nhìn nhau vô cảm – cha mẹ Sophie và mày dường như đã từng hy vọng được giao tiếp với nhau trong phòng trò chuyện của nhà tù – khi Sophie còn sống, các người đã chẳng nói chuyện được với nhau huống chi giờ đây Sophie không còn nữa. Họ đến thăm mày ở nhà tù Tarascon, đúng, thăm mày, Octave, một ông bố vô tích sự mà họ coi thường ra mặt trong các cuộc họp gia đình. Mắt họ sưng lên và thâm quầng với bốn viên bi to đùng đỏ au và tuyệt vọng.

- Con bé đã gửi bức thư này lên mạng Internet qua e-mail, có lẽ là từ một khách sạn nào đó ở Sénégale. Cậu không nhận tin gì của em nó kể từ…

- Kể từ khi chúng cháu chia tay nhau? Không. Dù rằng cháu đã cố nhiều lần rồi.

Mày đáng tội đánh đòn. Nàng đã có mặt ở Sénégale khi Marronnier tự tử! Hay là họ đã rủ nhau lìa bỏ cõi đời? Mà nàng làm gì với thằng cha này ở Sengal? Mẹ kiếp, bị mọc sừng đã là chuyện tệ hại rồi, và giờ đây khi chúng nó cắm sừng cho, mình là kẻ cuối cùng được biết, mà lại trong cái lồng sắt này mới đáng kiếp chứ…

- Không thể như thế, không đúng, không đúng, không thể như thế (mày lần lượt nhắc đi nhắc lại những câu này trong vòng một giờ, vì vậy chẳng cần ghi lại những câu thở than của mày làm gì).

Mày nhìn cặp vợ chồng già nua với cái cằm run bần bật. Bước ra khỏi phòng nói chuyện, mày thút thít trước một mẩu quảng cáo trong tạp chí “Air Liberte”. Kể từ ngày bóc lịch chốn này, đây không phải là lần đầu mày khóc lóc. Thực lòng mà nói, những kẻ hoành tráng như mày và Charlie mà cũng thường xuyên nỉ non, đến nỗi Charlie đã toan tự vẫn ngay sau hôm bị bắt. Còn mày thì vừa khóc vừa than

- Tôi không còn yêu nàng nữa nhưng sẽ mãi yêu, cho dù tôi đã không yêu em một cách nhiệt thành, mạnh mẽ mà lẽ ra phải như vậy.

Và khi viết những dòng này, mày vẫn còn khóc.

Bergson đã định nghĩa tiếng cười như là "sự sắp đặt một cách máy móc lên sự sống động". Điều này cũng có nghĩa rằng những giọt nước mắt là một hiện tượng trái ngược: sự sống động được ghép lên máy móc. Đó là một con rô bớt hỏng, một kẻ phong lưu bị chinh phục bởi tự nhiên, là sự xuất hiện một cách thô thiển của chân lý ngay giữa sự giả tạo.

Bỗng nhiên có một kẻ không quen biết chọc một cái dĩa vào bụng mày. Bỗng nhiên có một kẻ xa lạ đề nghị mày những trò nhố nhăng trong nhà tắm. Bỗng nhiên có một người đàn bà xa lạ nào đó gửi tới mày một lời vĩnh biệt bằng bức ảnh siêu âm. Khi một người đàn bà mang thai tự tử, đó là lúc cái chết nhân đôi được trả bằng một giá, hệt như trong những mẩu quáng cáo bột giặt. Còn cô nàng Mylène Farmer xấc xược thì vẫn cất tiếng hát trên sóng phát thanh:

"Nếu tôi phải ngã từ trên cao xuống/

Thì hãy cho tôi rơi chầm chậm thôi mà".

VI. Họ

"Tôi nói – Không, chúng tôi sẽ không đi đâu cả, không đến một nơi nào tuyệt vời cho đến khi tôi tốt nghiệp đại học hay những chuyện tương tự. Hãy dỏng tai lên mà nghe này. Mọi thứ sẽ hoàn toàn khác. Chúng tôi sẽ phải bước xuống thang máy với đống va li và cả mớ chuyện khác, sẽ phải gọi điện thoại cho tất cả người thân để chào từ biệt và sau đó sẽ gửi cho họ bưu thiếp từ các khách sạn mà chúng tôi dừng chân. Tôi sẽ làm việc trong một văn phòng nào đó, kiếm cả đống tiền, đi làm bằng xe hơi hoặc xe bus dọc theo đại lộ Madison và sẽ đọc báo, sẽ chơi bài bridge suốt các buổi chiều, sẽ đến rạp chiếu bóng xem những bộ phim ngắn chán ngắt, xem quảng cáo các bộ phim hành động và kí sự phim ảnh. Ký sự phim ảnh. Ô, mẹ kiếp. Ban đầu luôn là những cuộc đua ngựa chết tiệt nào đó, sau đó là cảnh một quý bà đập một chai rượu lên một con tàu và một con hắc tinh tinh mặc quần đạp xe. Không, không giống nhau hết cả đâu. Và bạn cũng chẳng hiểu được quái quỷ gì đâu".

J. D. Saunger

Attrape-Coeur, 1951

1.

Không, họ không chết, mà đơn giản là đang sống trên một hòn đảo. Marc Marronnier và Sophie hít thở và hưởng thụ cuộc sống. Họ trông có vẻ buồn cười và cũng chẳng quái gì mà quan tâm đến điều này. Mọi sự chỉ trích không nhằm nhò gì mà chính niềm hoan lạc với cuộc đời mới có lỗi. Họ sống dưới nước. Và rốt cục thì họ đã yêu nhau, vì khi

làm tình mãi cùng nhau thì sớm hay muộn họ cũng sẽ đem tình cảm trộn lẫn vào chuyện đó thôi. Họ rời Sénégal để đến một túp lều nhỏ không ti vi, không radio, không nhảy nhót, không máy điều hòa nhiệt độ, không bia bọt, nói chung là chẳng có một thứ gì ngoài hai con người họ. Họ nướng cá do các ngư dân bắt được, ăn cơm dừa, uống rượu rum poong (rượu pha đường, nước chanh) dưới những áng mây trắng. Ở Sénégal, họ không gặp một ai trên bãi biển, ngoại trừ một gã người Mẽo khá dễ thương. Vâng, mọi thứ với họ khá ổn, họ chạy trốn và họ đã thắng. Và bây giờ, họ đang lặng lẽ cười nhạo mọi người. Chính gã người Mỹ này đã giết họ.

Đám trẻ chuyên đốt xe hơi người khác đều hiểu xã hội chúng ta. Chúng đốt xe không phải vì không thể sắm được cho mình những chiếc xe như vậy, chúng làm vậy là để khỏi phải muốn có xe.

Cả Marc Marronnier và Sophie mới đáng yêu làm sao! Họ xứng đáng với tên gọi của mình – những nhân vật trong vở kịch nhiều hồi ngớ ngẩn.

Đảo Ma nằm trong quần đảo Caimans. Làm thế nào mà họ lại dạt tới tận đây? Gã người Mỹ tên là Mike, mà có quan trọng gì đâu, bởi có thể đó là một cái tên giả. Những nét sắc sảo, dữ dội trên mặt gã khiến hắn nom giống nhiếp ảnh gia Peter Beard. Gã tự giới thiệu là một cựu nhân viên CIA. Marc Marronnier và Sophie đã kết thân với gã ngay trên bãi biển khách sạn Savana tại Saly. Sau vài chầu chén tạc chén thù, họ đã kể chuyện mình cho gã nghe: Marc thụt két và có nguy cơ bị đuổi việc, còn Sophie ễnh bụng, và cả hai đang muốn tung hê hết để trốn đến một nơi nào đó thật xa. Mike đề nghị với họ phương án "biến mất vĩnh viễn". Nghĩa là giả vờ chết dể trốn biệt tích. Gã biết rõ cái quy trình thể thức này bởi cái thời làm việc cho FBI, ó, gã là một chuyên gia chuyên che giấu đám mafia hoàn lương: tổ chức phẫu thuật mặt mũi chúng, thay tên đổi họ cũng như giấy tờ cá nhân và tống biệt chúng đến một nơi bí mật nào đó. Và bây giờ gã lợi dụng cái mánh này để kiếm thêm. Gã chỉ yêu cầu khách hàng của mình một điều: họ không bao giờ được

trở về quê hương mình. Để "giết" Marc và Sophie, gã chỉ cần một máy ảnh Polaroid bé xíu, những cuốn hộ chiếu Mỹ chính gốc, một lô con dấu hợp pháp và nhờ vậy mà Marc cùng Sophie đã biến thành Patrich và Caroline Burnham.

Nếu như người ta quả quyết rằng cuộc đời của họ chẳng có nghĩa lý gì thì ở một khoảnh khắc nào đó, họ điên khùng thật, họ chạy lung tung và kêu la, họ không thể nào hình dung được rằng họ đang sống không mục đích. Không lẽ chúng ta sinh ra trên cõi đời này mà sống vật vờ không mục đích gì để rồi nhắm mắt và chấm hết mọi thứ đơn giản vậy hay sao? Và nếu quả vậy thì việc mọi người trở nên khùng khùng điên điên trên trái đất này thực ra cũng chẳng có gì đáng ngạc nhiên cả.

Hạnh phúc là gì? Là cát trắng, trời xanh, biển mặn. "Nước, Không khí, Cuộc sống" – như trong quảng cáo của Perrier đã nói. Hạnh phúc là khi ta bước vào một tấm poster của Perrier hay Pacfic với bàn chân trần ướt sũng và dần khô trên cầu tàu nóng bỏng. Marc và Sophie đã sáng tạo ra quảng cáo, còn Patrick và Caroline của hôm nay lại trở thành quảng cáo. Họ đã chọn cho mình một cách thức: sống một cuộc đời với một trong những sáng tạo của mình, giống như bản sao rám nắng, như trang bìa tạp chí *Voici*, như một đoạn quảng cáo Mairgellet với hàng hiên bằng gỗ tếch trên nền thiên nhiên kỳ lạ, như mục rao vặt "*Club Med*" với bức tranh bóng loáng cùng đường riềm nhẹ nhàng trắng toát.

2.

Kịch bản: PATRICK CÒN TRẺ VÀ ĐẸP. HẮN LÁI MỘT XUỒNG MÁY LƯỚT TRÊN BIỂN. VAI NÀY CÓ THỂ GIAO CHO MARC MARRONNIER. HẮN NHẢY XUỐNG KHỎI CON TÀU ĐANG CHẠY VÀ BƠI HƯỚNG RA BÃI TẮM. MỘT PHỤ NỮ XINH ĐẸP BƯỚC ĐẾN BÊN HẮN VỚI MỘT EM BÉ SƠ SINH TRÊN TAY. HẮN CHẠY LẠI PHÍA NÀNG. NHẠC CỦA GABRIEL YARED

VANG LÊN. VAI NGƯỜI ĐÀN BÀ CÓ THỂ DO SOPHIE, NGƯỜI TÌNH CŨ CỦA OCTAVE THỂ HIỆN. HỌ ÔM NHAU VÀ NÂNG CAO ĐỨA BÉ LÊN PHÍA BẦU TRỜI TRONG XANH KHÔNG MỘT GỢN MÂY. ĐÚNG LÚC ĐÓ, MỘT CHIẾC THỦY PHI CƠ BAY NGƯỢC HƯỚNG QUA ĐẦU HỌ. HỌ NGẠC NHIÊN. ĐỨA BÉ BẬT CƯỜI. TRONG ĐOẠN PHIM MỘT LẦN NỮA LẠI LÀ HÌNH ẢNH CHIẾC THỦY PHI CƠ (BÂY GIỜ MỚI THẤY RÕ LÀ CỦA HÃNG HÀNG KHÔNG CANADAIR), VÀ TA HIỂU VÌ SAO GƯƠNG MẶT HỌ LẠI BỪNG SÁNG NHƯ VẬY: CHIẾC MÁY BAY LƯỢN VÒNG LẠI VÀ NÉM XUỐNG HỌ NĂM MƯƠI TẤN HOA GIẤY CONFETTIS ĐỦ MÀU. NHẠC NỔI LÊN (GHÉP NHẠC Ở GIAI ĐOẠN HẬU KỲ). CẢNH PHIM QUAY CHẬM, ỐNG KÍNH LƯỚT CẢNH BÃI BIỂN. KHÁN GIẢ PHẢI XÚC ĐỘNG SỤT SÙI KHI ĐƯỢC NGẮM NHÌN PHÚT GIÂY ĐẸP ĐẼ THUẦN KHIẾT NÀY: CẶP TRAI GÁI HÒA THUẬN, KHUNG CẢNH TUYỆT DIỆU, ĐỨA BÉ THƠ NGÂY, TRẬN MƯA HOA GIẤY CONFETTIS ĐỦ MÀU ĐỎ, LƠ, VÀNG, XANH, TRẮNG. RÕ RÀNG LÀ HỌ ĐANG Ở TRÊN MỘT HOANG ĐẢO, GIỮA NHỮNG CÂY DỪA TRÊN NỀN CÁT TRẮNG.

SLOGAN (tùy chọn): HẠNH PHÚC LÀ SỰ THẤT BẠI CỦA BẤT HẠNH. HẠNH PHÚC KHÔNG MANG LẠI SỰ ĐAU KHỔ, BẤT HẠNH. HẠNH PHÚC CHỈ THUỘC VỀ SỮA NESTLÉ. HẠNH PHÚC TỐT HƠN LÀ KHÔNG CÓ GÌ, HẠNH PHÚC LÀ CÒN HƠN CẢ SỰ TỐT ĐẸP.

3.

Họ thật là mãn nguyện. Họ yêu nhau trên một hòn đảo tư nhân nhỏ thuộc quần đảo Caimans. Đảo Ma không hiện diện trên bất cứ bản đồ địa lý nào. Một ngày của họ trôi đi với việc ngắm nhìn trời biển với một đứa bé mỉm cười nhìn trời và mẹ nó. Trên những cây dừa không có logo "Coco", trên trái dừa không thấy dán nhãn hàng. Caroline và

Patrick đã tìm thấy một hình ảnh lý tưởng cho cuộc đời mình – nằm trên võng và lắng nghe sự tĩnh lặng của thiên nhiên.

- Không phải em đang trông nom con gái em, – Caroline nói, – mà chính nó đang trông nom em.

Họ tràn đầy niềm tin vào thế giới này vì cho rằng họ đã thoát khói được nó. Tất cả diễn biến của thế gian chẳng hề có nghĩa gì trước cuộc sống của thế giới này. Cuối cùng thì họ cũng đã hiểu thế nào là tình yêu. Họ ngắm nhìn đứa con gái, ngắm nhìn nhau, rồi lại bắt đầu ngắm nhìn cô con gái, cứ như vậy mãi mãi. Đứa bé ngắm nhìn những con bồ nông. Họ chẳng làm gì suốt hàng giờ, hàng ngày, hàng tuần liền như vậy. Dĩ nhiên là nằm võng dễ mắc chứng ngoẹo đầu, mỏi nhức lưng, tuy nhiên, tất cả những ai không biết đến điều này cũng chỉ là những kẻ đáng thương.

- Anh đi vì anh đã làm hết mọi việc mình muốn rồi.

- Anh nói gì thế?

- Anh đi vì cảm thấy thật ngột ngạt.

Ở đâu đó xa xôi, trên vùng biển Caribe, giữa Cu Ba và Honduras, Chúa đã rắc một nhúm đất xuống biển – và đó chính là quần đảo Caimans. Chỉ có loại máy bay nhỏ địa phương mới đáp được xuống đây. Đường băng của sân bay Little Caimans cắt với con đường duy nhất của hòn đảo. Cả làng có 110 cư dân, không kể những con kỳ đà. Ở Big Cayman có khoảng 600 cơ quan tài chính với các trương mục có mang số hiệu. Caimans là một thuộc địa của Anh nhưng tồn tại dưới mô hình tự trị. Tại quần đảo này có 35.000 hãng đăng ký kinh doanh theo hình thức offshore. Để vào Đảo Ma, Mike đã thuê một chiếc thuyền độc mộc bí mật cho Marc và Sophie.

Họ cảm thấy thoải mái trên hòn đảo này. Hơn nữa, xung quanh họ là hương vị thơm tho của muôn loại đồ ăn thức uống: trái dừa, rượu rum va ni, mật ong, đồ gia vị, không khí biển mằn mặn, nước hoa Ám ảnh của Calvin Klein, thuốc phiện ganja và những cơn mưa cuối ngày. Mùi hoa và mùi mồ hôi…

- Anh uống miệng em, anh liếm răng em, anh mút lưỡi em. Anh hít hơi thở của em và nuốt những tiếng kêu của em.

Với giá một triệu euro tiền mặt, Mike đã tổ chức, dàn dựng êm thấm mọi chuyện: đưa lọ tro giả mạo về Paris, bức e-mail vĩnh biệt vờ vịt của Sophie, vụ chuyển tiền từ Thụy Sĩ… Gã thường thu xếp cho khách hàng của mình trú tại khách sạn Escape Complex Castaneda, nơi khí hậu quanh năm tuyệt diệu. Khu khách sạn này bao gồm nhiều ngôi nhà bungalô[37] được làm từ gỗ cẩm lai và tếch, ẩn ở giữa một rừng râm bụt và cây đại.

Marc và Sophie ở trong một túp lều nhỏ làm bằng sậy, mái tranh, trên một vũng nước xanh cách rời với biển. Chiều chiều, họ gặp những kẻ “giả vờ chết” khác của hòn đảo này. Ca sĩ Claude Francois (62 tuổi) và Elvis Presley (66 tuổi) đang nghe gã trai Kurt Cobain (34 tuổi) sáng tác các bài hát đồng quê với Jimi Hendrix (59 tuổi); cựu thủ tướng Pierre Bérégovoy (76 tuổi) chuyện trò với Francois de Grossouvre (81 tuổi); nhà văn Romain Gary (87 tuổi) tay trong tay dạo chơi với vợ là Jean Seberg; ký giả Philippe Michel (61 tuổi) chơi tennic với Michel Berger (54 tuổi); Arnaud de Rosnay (35 tuổi) dạy môn lướt sóng cho Alain Colas (58 tuổi); John Kennedy – con (41 tuổi) khoác tay bố là John Fitzgerald Kennedy (84 tuổi) cùng nữ diễn viên Marilyn Monroe (75 tuổi) đi dạo.

Trong cơn gió nhè nhẹ đang biến hàng cọ thành những chiếc quạt khổng lồ thì Patrick và Caroline thưởng thức nước cam cùng Serge Gainsbourg (73 tuổi) và Antoine Blondin (79 tuổi) – hai nhân vật sống

với nhau trong một túp lều tre mái cọ ở phía bên kia đảo cùng Klaus Kinski (75 tuổi) và Charles Bukovski (81 tuổi). Nhà văn – nhà nghiên cứu tâm lý Carlos Castaneda (khoảng 61 tuổi), đồng sáng lập (cùng với Pablo Escobar, nay đã yên giấc ngàn thu) khách sạn Escape Complex mang tên ông, vừa ăn lá xương rồng peyotl vừa nghiên cứu các bản tin chứng khoán của đám tư bản Đảo Ma.

Hòn đảo bí mật thực tế đã được xây dựng bằng nguồn lợi tức từ các doanh nghiệp đóng đô trên hòn đảo này (vé “vào cửa” được quy định là 3 triệu đô la Mỹ). Một ê kíp bác sĩ, chuyên gia chuyển đổi gien, bác sĩ phẫu thuật và các chuyên gia ứng dụng sinh học đang tìm cách kéo dài tuổi thọ của tất cả cư dân đảo tới mức 120 tuổi. Trong con mắt thế giới, tất cả cư dân Đảo Ma đều là những kẻ đã chết, ngoại trừ ba trường hợp: Paul Mc Cartney (thật) và Guy Bedos (một kẻ đại gàn dở) đã sống trên Đảo Ma từ mười năm nay và đã được thay thế bằng hai kẻ giống hệt mình trong “thế giới thực”, cùng nhà văn Anh Salman Rushdie. Nhưng đó không phải là một lý do để người ta buông thả: những ca mổ phẫu thuật tạo hình, ghép lắp, căng da, cấy đặt và tiêm Silicon đều được thực hiện miễn phí. Cho nên Romy Schneider trông không hề giống với độ tuổi 63 của mình khi tranh luận các vấn đề về điện ảnh với Maurice Ronet 74 tuổi, một người bạn làm việc tại tờ Bể Bơi hoặc đùa cợt với Coluche, 57 tuổi.

Ở đây cũng hiện diện cả Diana Spencer 40 tuổi và Dodi Al-Fayed 40 tuổi.

Những con người này sống những tháng ngày bình yên trong ngôi nhà dành cho các tỉ phú về hưu. Ở đó, ti vi, điện thoại, Internet và các phương tiện truyền thông giao tiếp với thế giới bên ngoài đều bị nghiêm cấm ngặt nghèo. Chỉ sách vở và đĩa số là được phép lưu hành. Hàng tháng, hàng chục nghìn tin tức mới mẻ và cốt yếu trong lĩnh vực văn học, âm nhạc và điện ảnh được tải lên các màn hình phẳng đặt trong các bungalo.

Đúng, bạn sẽ nghĩ gì về điều mà họ muốn gợi ra cho chúng tôi: Chúng tôi có mặt tại đây cũng là ngẫu nhiên thôi, và điều đó cũng ngớ ngẩn như gã chúa tể rậm râu sâu mắt của họ giữa một bầy thiên thần vây quanh, và cơn đại hồng thủy, con tàu của Noé và Adam cùng Êva cũng ngớ ngẩn như vụ nổ trong vũ trụ và những con khủng long vậy.

Patrick và Caroline uống nước bên bờ biển màu lam ngọc. Họ uống nước dứa dưới những dây leo của các khóm cây đại, giữa bầy bướm bay lượn to bằng bàn tay. Mỗi sáng thức dậy, họ có đủ mọi thứ trên đời: ma túy được đặt trên tấm thảm chùi chân của họ, trong một chiếc va li hiệu Hermès xinh đẹp. Nhưng họ không thường xuyên sử dụng chúng. Thỉnh thoảng, suốt mấy ngày liền họ không bia bọt, không tiệc tùng linh đình, không hành hạ đám nô lệ. Caroline đã mãn nguyệt khai hoa trong một bệnh viện siêu hiện đại của Đảo Ma – "Bệnh viện Hemingway" (ám chỉ cái chết giả của nhà văn Mỹ ở Kenya năm 1954).

Sắp tới, các quốc gia sẽ bị thay thế bằng các công ty, xí nghiệp. Rồi chúng ta sẽ không còn là công dân của một quốc gia nữa mà sẽ tồn tại ngay trong các thương hiệu – Microsoftie hay McDonaldland, – và chúng ta sẽ có chung tên gọi là công dân Calvin Kleinien hay người Pradais.

Họ mặc quần áo làm bằng vải lanh. Họ được rũ bỏ khỏi cái chết, và điều đó cũng có nghĩa là được rũ bỏ khỏi thời gian. Trong cái thế giới bị bỏ rơi vĩnh viễn, chẳng còn ai đặt cược vào họ. Và họ đang học cách để trở thành kẻ tự do, như Jésus-Christ khi phục sinh trở lại sau ba ngày chịu tội nhục hình và Người đã phải chấp nhận sự thật: đến cái chết cũng phù du, duy chỉ có thiên đường là vĩnh cửu. Họ ngắm nhìn cô con gái họ líu la líu lô với chị vú nuôi. Cô bé quan sát bầy khỉ và coi khinh đám công. Caroline xinh đẹp, và bởi vậy mà Patrick hạnh phúc và sung sướng. Patrick hạnh phúc, sung sướng vậy là bởi Caroline xinh đẹp. Trước mắt họ là sự vĩnh hằng theo nhịp sóng xô. Họ thưởng thức món cá nướng có hương vị hay bánh rán nhân cá thu và tôm hùm kèm nước sốt va ni ngay giữa những lùm cây basilier màu đỏ xen trắng. Thứ trang

phục duy nhất của họ là sơ mi phanh cúc ngực và quần soóc mỏng dùng để lướt sóng. Mối quan tâm chính của họ là làm sao để gan bàn chân không bị rát bỏng trên cát trắng. Mong muốn duy nhất của họ lúc này là tắm vòi sen để cho da trôi hết muối mặn. Nỗi sợ hãi duy nhất của họ là không bơi ra quá xa vì những luồng nước ngầm có thể đẩy họ ra ngoài khơi biển cả và giết chết họ.

4.

Khi Charlie và Octave đứng vào vị trí bị cáo, đại diện phiên tòa đề nghị tất cả những người tham dự ngồi xuống, còn Charlie và Octave phải đứng lên nhưng họ cúi gằm đầu xuống. Đám cớm giám sát tháo còng số tám từ cổ tay họ. Bầu không khí trong phòng xử án giống như trong nhà thờ với những nghi thức trịnh trọng, những chiếc áo dài, và nói chung, giữa Tòa án và lễ thánh tại nhà thờ Đức Bà Paris không có sự khác biệt nào ghê gớm lắm. Nếu có, họa chăng chỉ một điều: cả Charlie và Octave đều không được tha tội. Cả hai chẳng có gì để tự hào nhưng họ lấy làm vui sướng vì Tamara đã thoát được. Phiên tòa xét xử công khai với sự tham dự của đại diện những người làm quảng cáo – những thành phần đã từng có mặt ở đám tang Marrormier. Hai bị cáo có thể nhìn thấy đám cộng sự của mình qua tấm kính bẩn thỉu ngay chỗ họ đứng và hiểu rằng tất cả mọi chuyện rồi sẽ tiếp tục mà không cần có sự hiện diện của họ. Cả hai bị tuyên án mười năm tù nhưng chẳng có lý do gì để chúng ca thán (may sao luật pháp nước này lại từ chối việc dẫn độ chứ nếu ở Mỹ, chúng sẽ bị cho lên ghế điện hệt như người ta nướng những thỏi xúc xích trên một lò than trong bộ phim của Herta).

- MICROSOFT, NGƯỜI SẼ ĐI TỚI ĐÂU?

Tôi mỉm cười khi nhìn thấy câu slogan này trên màn hình vô tuyến treo trên trần xà lim. Tất cả những thứ này với tôi bây giờ sao mà xa xôi quá! Vậy mà chúng vẫn tiếp tục sống như trước đây và sẽ còn tiếp tục lâu dài như vậy. Chúng hát, cười, nhảy bét nhè mà không có tôi.

Còn tôi thì đang ho rũ rượi. Có lẽ là bệnh lao (bệnh đang mỗi lúc một mạnh thêm, đặc biệt là đối với các tù nhân).

Tất cả đều là tạm thời và có thể đem ra bán được, trừ Octave. Vì tôi đã chuộc lại tôi ở nơi đây, trong cái nhà tù thối tha này. Người ta cho phép tôi (bằng món tiền lót tay khiêm tốn) được xem ti vi trong xà lim. Những con người ăn uống. Những con người tiêu thụ sản phẩm. Những con người điều khiển xe hơi. Những con người yêu nhau. Những con người chụp ảnh nhau. Những con người du hí đó đây. Những con người còn tin rằng mọi điều trên đời vẫn là có thể. Những con người hạnh phúc nhưng không biết sử dụng tài sản đó. Những con người bất hạnh nhưng không biết làm gì để khắc phục hay tự giúp bản thân mình.

Có hàng triệu thứ người ta sáng tạo ra để không cảm thấy mình cô đơn. "Những kẻ hạnh phúc đang khiến tôi buồn nôn", – gã Béo Đê tiện Reiser đã nói như vậy. Những kẻ hạnh phúc (Ví dụ, trong màn sương mù tại bến xe buýt có một gã đeo kính mà tôi nhìn thấy qua cửa sổ phòng giam, đang bóp nắn một nàng tóc đỏ dịu dàng), và nói chung, những "happy few" không khiến tôi buồn nôn mà đang làm tôi tức điên vì ghen tị, vì khâm phục, vì bất lực.

Tôi hình dung ra Sophie dưới ánh trăng, với những hạt sương đêm rơi trên ngực trong khi Marc dụi dụi má vào cùi tay nàng, ngay chỗ làn da mịn màng trong suốt và rám nắng. Những ngôi sao phản chiếu xuống bờ vai nàng mềm ẩm. Đến một ngày, khi từ giã cõi đời, tôi sẽ đi tìm họ trên một hòn đảo xa vắng để gặp vợ con tôi. Và khi mặt trời lặn, tôi sẽ nhìn thấy con bé. Ở tận đáy cùng của cái xà lim khắm mùi nước đái này, tôi đã nhìn thấy nó qua phiên bản tái tạo cứa bức tranh *Thuyền độc mộc* của Gaughin. Chẳng hiểu tại sao tôi lại cắt bức tranh này từ một tạp chí để treo lên trên chiếc giường trong xà lim của tôi. Nó khiến tôi thao thức. Tôi cứ ngỡ rằng mình sợ chết trong khi thật ra tôi lại đang sợ sự sống này.

Chúng muốn chia cắt tôi và con gái tôi. Chúng đã làm hết cách cốt để tôi không còn nhìn thấy cặp mắt tròn mở to của con bé. Giữa hai cơn ho, tôi vẫn kịp hình dung ra đôi mắt trẻ thơ của nó – hai vòng tròn đen to đang khám phá cuộc đời. Lũ chó má suốt ngày phát lên ti vi mẩu quảng cáo Evian với những đứa trẻ đóng vai Esther Williams. Chúng bơi theo nhịp bản nhạc "Bye bye Baby". Chúng bóp chết hai lá phổi tàn tạ của tôi. Cặp mắt trẻ thơ lấp lánh. Chúng không cho tôi thở nữa. Cái miệng của nó giữa hai bầu má tròn trĩnh. Đôi bàn tay nhỏ bé xinh xinh bấu lấy cổ tôi run rẩy. Bầu má nó thơm thơm mùi sữa. Tôi vục mũi mình vào tai nó. Họ không cho bố được rửa đít hay lau khô nước mắt cho con. Họ không cho bố chúc mừng con ngày con chào đời. Tự kết liễu cuộc đời mình, mẹ con đã giết chết cả chính con.

Chúng nó đã cướp mất của tôi đứa con gái ngủ ngon lành trong nôi, tay gãi má trong giấc mơ, thở nhanh, ngáp rồi lại bắt đầu thở đều và chậm hơn. Đứa con tôi với cặp lông mi dài cong vút hệt như các ngôi sao màn bạc, cặp môi đỏ và khuôn mặt trắng xanh, một Lolita với làn da dịu dàng phẳng mịn như thể nhìn thấy được những mạch máu nhỏ ở thái dương hay mu mắt. Chúng đã không cho bố nghe được tiếng cười giòn giã của con khi bị cù vào mũi, chúng không cho bố ngắm nhìn đôi tai trắng màu ngọc trai như vỏ xà cừ của con. Chúng đã không cho bố biết rằng Chlóe của bố đang chờ bố ở phía tận cùng bên kia của thế gian. Và có lẽ, chính đứa con tôi là người tôi tìm kiếm khi chạy theo đám đàn bà con gái. Cái gáy mềm dịu lông măng, cặp mắt đen lay láy mở to, những đường nét thanh tú – chẳng uổng phí tí nào khi tôi yêu những cái nét ấy ở những cô gái trẻ trung khác, vì chúng gợi cho tôi thấy những nét của con gái tôi. Nếu tôi thích loại len ca-sơ-mia thì đó chỉ bởi cái thứ len đó dạy cho tôi quen với làn da của con. Và nếu tôi rời khỏi nhà cứ mỗi khi đêm đến thì cũng chỉ bởi tôi đang tập quen với những đêm mất ngủ bên vành nôi con.

Ôi, giá như tôi không phải ngồi bóc lịch ở đây, mà là gã trai bản sao của tôi. Giá như gã đang nằm ếp rệp trong cái xà lim khắm mùi cứt đái này, còn tôi là kẻ ra đi, các bạn nghe thấy không, RA ĐI! Tôi sẽ sung

sướng biết mấy nếu như được đổi chỗ của mình cho gã – và có lẽ gã sẽ lấy làm hạnh phúc lắm khi ở chốn này: ăn ở miễn phí, còn tôi thì có lẽ sẽ tự do ở phía tận cùng thế gian này. Có lẽ tất cả mọi người đều chiến thắng khi chơi trò đổi chác này. Nhưng không, đơn giản là tôi nghĩ lung tung vậy thôi. Tôi còn đi đâu dược nữa đây khi buồng phổi đang bị hư hại mất rồi.

Và như vậy, tôi đã hoàn thành cuốn sách của mình với giá bán là 99 phờ-răng. Mà ngốc thật: trong đầu tôi vừa thoáng qua ý tưởng slogan hay nhất cho Mairgellet: “BẠN ĐỪNG NÊN VỪA ĐẸP LẠI VỪA NGU!”

Giờ đây chỉ cần mua lại bản quyền bài hát của Jacques Brel rồi chọn lấy một đoạn trong đó, nơi ca sĩ rống lên như thế này chẳng hạn “VỪA Đ…Ẹ…P L…Ạ…I V…Ừ.. A. A N…G…U. Nếu coi đây là giọng nói lồng vào từ bên ngoài, ta sẽ có được slogan “MAIGRELETTE – CHỚ NÊN VỪA Đ…Ẹ…P LẠI VỪA N…G…U.” Một phương án quá tuyệt! Chắc là nó sẽ lọt vào hồ sơ chờ duyệt. Tiếc rằng những điều này có lẽ chỉ là ước nguyện mà thôi!

Những chắn song sắt trên ổ cửa sổ duy nhất của xà lim trông giống như một mã vạch hàng hóa.

Trên ti vi đang phát đi bản nhạc của nhóm Les Enfoires, bản nhạc do Jean Jacques Goldman, Francis Cabrel, Zazie và những thành viên khác thực hiện. “Hãy đưa anh đến tận cùng trái đất/ Hãy đưa anh đến xứ sở nhiệm màu/ Nơi đó, dưới ánh mặt trời phương nam, tất cả sẽ là vô vị/ Ở đó, anh đang lừa dối số phận khốn cùng của mình”.

Thế là tất cả cái đám giết người kêu la, rên rỉ từ sáng đến tối cuối cúng cũng đã hạ gục được tôi. Mà có đáng gì đâu nếu như chúng vò đầu bứt trán suy nghĩ trước khi làm hại những người vô tội khác. Hôm qua, xác Charlie đã được tìm thấy trong vũng máu – hắn đã dùng mảnh sắt tây từ hộp cá trích Saupiquet để cắt gân cổ tay. Thằng cha ngớ ngẩn

này đã tìm cách quay cảnh cắt gân tay của mình bằng webcam rồi tải lên Internet dưới hình thức truyền trực tiếp. Nhưng điều cơ bản là người ta không thể tìm ra Tamara, và tôi cũng vui rằng nàng đã trốn thoát. Chúng sẽ đốn hết tất cả trừ nàng.

Và tôi đang ngồi cô độc xà lim dành cho phạm nhân VIP, với ti vi và sách, không sao, tôi chịu được hết, tất cả cũng đâu có đến nỗi tệ lắm (cho dù cái chốn này khắm mùi nước đái và tôi ho ra cả mảng phổi). Thậm chí tôi đã nặn ra trên giường mình phiên bản *Thuyền độc mộc* mà Gaughin sáng tác năm 1896. Bức tranh này nằm trong bộ sưu tập của Sergey Sukin và được trưng bày tại Viện bảo tàng Ermitage ở Leningrad. Tôi ho suốt ngày trước bức tranh này: một người đàn ông, vợ anh ta và cô con gái của họ đang nằm cạnh chiếc thuyền độc mộc của mình trên một bãi biển vùng Nam đảo.

Trong một trong những bức thư cuối cùng của mình, Gaughin viết: "Tôi là một kẻ man rợ".

Tôi cần phải thuyết phục bản thân rằng mình không phải là một tên tội phạm ngồi tù mà là kẻ tư nguyện rời bỏ thế gian này. Rốt cục thì các thầy tu cũng sống một cuộc đời cô độc trong các tĩnh phòng của mình đấy thôi.

Tôi ngắm bức tranh *Thuyền độc mộc*, ngắm nhìn cảnh siêu thoát này, cặp vợ chồng và đứa con gái của họ, còn ở hậu cảnh, Gaughin đã vẽ cảnh hoàng hôn đỏ rực, hệt như một cây nấm nguyên tử, còn tôi bơi đến với họ, nhảy lên chiếc thuyền độc mộc và đi tìm họ trên đảo. Họ sẽ yêu quý tôi, chắc chắn là thế, và tôi cố hết sức bơi vào bờ, trong khi bơi, tôi gặp những con cá-mặt-trăng, những con cá đuối chúa vuốt ve hai lòng bàn tay tôi bằng cặp vây của chúng. Tôi sẽ tìm thấy họ, và chúng tôi sẽ làm tình với nhau, cả Tamara và Sophie, cả Duler và Marronnier. Họ đã chạy trốn khỏi xã hội, nhưng tôi sẽ vượt qua được tất cả, chúng tôi sẽ tạo dựng một gia đình mới, sẽ làm tình cả bốn người và tôi sẽ hôn lấy hôn để đôi bàn chân của Chloé, đôi bàn chân bé đến

độ nó nằm gọn trong lòng bàn tay tôi. Bạn sẽ thấy rằng tôi bơi đến với họ trên hòn đảo ma, bởi bạn tin tôi mà, đúng không? Đương nhiên, tôi biết rằng mình cho dù thế nào thì vẫn bơi dưới biển, tôi uống nước và cảm thấy vô cùng dễ chịu, nói chung, cảnh mặt trời lặn trong bức tranh của Gaughin cũng gợi cho ta nhớ đến vụ nổ bom nguyên tử.

5.

Đã mấy tháng trôi qua trên Đảo Ma. Họ đã chán cảnh đóng giả vai người chết. Họ có cảm giác rằng, trạng thái vô công rồi nghề dưới ánh mặt trời thật là nặng nề, khó chịu. Họ khổ sở vì được chăm sóc, tĩnh dưỡng tốt. Họ sống đời sống thực vật ngay giữa muôn cỏ cây. Khi thoải mái dễ chịu, họ gia nhập vào những đám đông và làm tình với nhau bằng đủ cách.

Nhưng chỉ sau một thời gian, họ bắt đầu chán ngán những trò nhục dục như thế. Và thế là họ chuyển sang trò tập tennis, săn bắt cá ngoài khơi, trượt nước tham quan vịnh, đánh bóng bàn dưới tán cây dù khổng lồ, chơi bi sắt, thi xem ai uống nhiều sâm banh Dom Perignon hơn – thật khó tin! – và thậm chí ngay tối hôm ấy, Caroline đã tự tay là ủi những chiếc áo phông cho Patrick, còn hắn thì vô cùng hài lòng khi thấy nàng muốn tự tay mang chiếc bàn dùng để ủi đồ thay vì bấm chuông gọi người giúp việc. Hắn không nghĩ rằng bản thân đã xúc động đến như vậy khi được quay trở lại với những điều giản dị này. Và họ thường thư giãn trong những căn phòng cách ly cảm giác hay trên những tấm đệm có hơi nước ấm hoặc trong các buổi mát xa bằng hương liệu hay các chương trình tập shiatsu.

Thế giới hiện đại là con đường duy nhất và không có ngả thứ hai.

Màu xanh da trời, màu xanh da trời, màu xanh da trời… cái màu này thì họ có quá nhiều, và họ đang chán ốm với cuộc sống chốn thiên đường. Họ nằm dài trên những chiếc ghế gấp hay những chiếc ghế

bành bằng mây kiểu Emmanuellen[38] và gãi hông, gãi mông bên một bể bơi, nơi Mona, Tania và Lola đang bì bõm. Những cô bé mới lớn được thuê bao này đang để cho ba cu cậu mới lớn chưa mọc râu uể oải chia nhau "con sò" cạo nhẵn của mình. Chúng béo phì, bụng phưỡn to, mặc những chiếc quần ca rô chẳng cần buộc dây thun mà vẫn không tụt. Bạn thử ngó nhìn chúng xem, những gã trai đần độn ham mê khoái lạc đã biến thành những tên nghiện rượu bằng sự đớn hèn của mình: những gương mặt hả hê thỏa mãn của chúng được phủ một lớp mờ dày. Chúng đang nhảy điệu lambada mà chẳng hề lo bị trừng phạt. Chúng chạy trốn khỏi loài người – những kẻ với chúng chẳng mấy quan trọng bằng hoa hay những con sông đổ nước vào biển. Chúng nghe nhạc reggae Caliornia. Chúng cố nuốt nấm đất và trứng cá hồi với sự ghê tởm, kinh hãi để rồi trở thành những kẻ tròn trịa như đứa bé con chúng. Caroline chơi với con, Patrick làm vườn, còn đứa bé bi ba bi bô. Hạnh phúc đang khiến cho người ta lừ đừ say.

Năm 1998, trung bình một tuần mỗi gia đình Pháp chi 640 phờ-răng cho lương thực, thực phẩm. Hãng Coca-Cola bán một triệu lon mỗi giờ trên toàn thế giới, có hai chục triệu người thất nghiệp ở châu Âu.

Có lẽ họ mệt mỏi vì báo chí, ti vi hay sự lo lắng, họ lay lắt sống trong sự uể oải ấm áp suốt những chuỗi ngày giống hệt nhau.

Mỗi một giây trôi qua, hãng Barbie bán ra hai con búp bê trên toàn thế giới. 2,8 tỉ cư dân hành tinh sống với mức dưới 2 đô la mỗi ngày. 70% cư dân Trái đất không có điện thoại và 50% sống trong cảnh tối tăm vì không có điện. Ngân sách dành cho các hoạt động quân sự của thế giới vượt quá 4.000 tỉ đô la, tức là bằng hai lần tổng số nợ nước ngoài của các quốc gia đang phát triển.

Caroline bắt đầu nghĩ rằng, việc nuôi dạy con gái mình theo kiểu này quả là khủng khiếp.

Không lẽ cô con gái yêu sẽ không bao giờ được ra khỏi đây nữa? Nó cần phải có sự ô nhiễm, những tiếng ồn và những ống xả xe hơi.

Patrick rầu rĩ trong rừng tre. Ngay cả âm thanh của những đợt sóng xô cũng chẳng còn ru ai được nữa. Thời gian lặng lẽ trượt chuồi qua người họ. Họ đang buồn chán với những ly cocktail nhiều màu và thường xuyên bị choáng váng đầu óc. Gió biển mặn mòi gây cho họ bệnh đau nửa đầu. Biển lấp lánh trùng lắp, một ngày như mọi ngày. Đại dương trờ nên suy sụp.

Tài sản riêng của Bill Gates bằng tổng thu nhập quốc dân của Bồ Đào Nha. Tài sản riêng của Claudia Schiffer được đánh giá là hơn 30 triệu euro. Hai trăm năm mươi triệu trẻ em trên thế giới làm việc để đổi lấy vài xu mỗi giờ.

Phải trở về, quay lại với thế giới rộng lớn kia! Có cảm giác rằng, thậm chí ngay cả những con chim cũng mắc chứng đau nửa đầu... Patrick nảy ra nhiều ý tưởng, dự án, slogan và chúng cứ quay mòng mòng trong đầu hắn, hắn nhớ như vậy và không thể quên được…VỚI NHỮNG GÃ TRAI KHỎE MẠNH YÊU NHỮNG CHÀNG TRAI NHẸ NHÀNG, THƯ SINH HƠN VÀ NHỮNG KẺ THƯ SINH THẾ NÀY LẠI ĐI YÊU ĐÁM GÁI ĐIẾM VỐN CHỈ KHOÁI MỖI COCAIN VÀ TIỀN.

Thế giới hiện đại là con đường duy nhất mà không có ngả thứ hai.

Họ cưới nhau, bỏ nhau, rồi lại lấy nhau, sinh con đẻ cái, chẳng trông nom nuôi dạy chúng mà lại đi nuôi dạy con thiên hạ, trong khi kẻ khác lại nuôi dạy con cái họ. Mỗi ngày, 200 khối tài sản lớn nhất thế giới cứ phình ra thêm 300 đô la mỗi giây. Bình minh là hoàng hôn tự động đảo chiều. Hoàng hôn là bình minh trở lại trong cuộn phim. Trong hai trường hợp, cả hoàng hôn lẫn bình minh đều có màu đỏ và kéo dài rất lâu. Người ta đồ rằng, có tới 25% các loài động vật có thể bị xóa sổ

khỏi bề mặt Trái đất trước năm 2025. Tất cả các câu chuyện cổ tích đều được kết thúc bằng công thức này "Họ sống với nhau sung sướng, hạnh phúc và có rất nhiều con". Chấm hết. Nhưng chẳng ai kể với chúng ta về những gì xảy ra sắp tới, mà chỉ là những gì đã xảy ra trong quá khứ: một hoàng tử tuyệt vời khi biết rằng những đứa trẻ không phải là con đẻ của chàng, bắt đầu rượu chè, bỏ công chúa để lấy một phụ nữ trẻ hơn. Còn công chúa phải trải qua mười lăm năm la lết khắp các bệnh viên tâm thần, các con của nàng vướng vào vòng cần sa ma túy, thằng lớn tự vẫn, thằng út hành nghề đĩ đực trong các vườn hoa Trocadero.

Patrick và Caroline sống hết ban ngày để chờ màn đêm buông xuống và sống qua đêm để chờ bình minh. Rồi sẽ tới một ngày, khi mà họ làm tình không phải vì hoan lạc mà để được yên ổn trong một tuần. Tất cả những vịnh nhỏ lấp lánh như pha lê, những vũng san hô chẳng khác gì những bức tường xà lim giam cầm họ lại trong đảo. Ngay cả túp lều làm bằng đá san hô và gỗ đước của họ cũng bị nước bọc quanh. Hòn đảo này là một lâu đài ma. Cả ngày dài, họ chơi trò bói hoa – yêu – không yêu, yêu hơn nhiều – không yêu lắm, yêu không nhiều đến thế, yêu kém hơn hôm qua, yêu hơn ngày mai. *Năm tỉ năm nữa, thế giới sẽ đến ngày tận thế và khi mặt trời nổ tung thì Trái Đất sẽ bị thiêu rụi hệt như một quả thông bị súng phun lửa bắn vào.* Mặt trời rọi chiếu qua các tàu lá cọ khô. Mặt trời là một cái đĩa màu vàng, một cuộc đếm ngược chiều. Doanh số của General Motors (168 tỉ đô la) bằng tổng thu nhập quốc dân của Đan Mạch. Mặt trăng giữa ban ngày, chân ngâm trong nước, tiếng sóng vỗ về ấm áp, gió chướng gây buồn nôn, mùi hoa giấy, những bó hoa jacaranda có mùi thối gây cảm giác buồn nôn như mùi từ hộp nước quýt hiệu Stick-Up của hãng Airwick.

6.

Nhưng rồi một ngày nọ cũng đến, khi bầu trời vần vũ, Patrick để mặc mình trôi đi xa trong luồng nước biển. Hắn nhìn bờ biển khuất mờ dần. Đằng xa, trên bãi biển, Caroline gọi hắn nhưng hắn không thể trả

lời vì mồm ngậm đầy nước mặn. Hắn bơi ngửa và bị dòng nước cuốn ra khơi xa, nơi màu xanh lam của nước biển đang mỗi lúc trở nên đen thẫm. Hắn để cho dòng nước cuốn đi vào vực thẳm, hệt như một mẩu gỗ hay một cái chai bị ném xuống biển nhưng không chứa thông điệp nào. Phía trên hắn là những chú hải âu bay lượn, còn ở bên dưới hắn là những đàn cá. Hắn gặp những chú cá mập cát, cá dorade, cá heo, những chú cá đuối chúa dùng vây vuốt ve lòng bàn tay hắn, mọi thứ ngổn ngang, tanh bành trong hộp sọ của hắn. Hắn bơi ở dưới mặt biển, miệng đầy nước; hắn cảm thấy rất dễ chịu “kể từ đây tôi ngập trong áng thơ về Biển” (Rimbaud); trong mọi trường hợp thì tôi cũng đã chết và được chôn cất; hãy phân tán thân xác tôi giữa hai vùng nước; thình lình trời đổ mưa, nước mưa như một vòi sen nóng rát hắt vào mặt tôi; còn mặt trời đỏ sẫm lại; thật là hay nếu không còn phải chia các động từ nữa; tôi, mày, hắn, chúng tôi, chúng mày, chúng nó mà ở dạng nguyên thể như trong một cuốn hướng dẫn sử dụng hay trong cuốn sách dạy nấu ăn; chìm xuống; đi qua tấm gương; và cuối cùng là nghỉ ngơi; là một bộ phận của các phần tử; những ánh vàng lấp lánh của những tia đỏ tía; chẳng có gì tồn tại trước vụ nổ vũ trụ và cũng chẳng có gì sẽ sót lại sau vụ nổ mặt trời; bầu trời ngả sang màu đỏ sẫm; uống những giọt lệ sương sa, muối của mắt em với màu xanh lam; ngã; trở thành một giọt nước trong lòng biển cả; trở thành vĩnh cửu; một phút không thở, rồi hai, ba; một giờ không thở, rồi hai rồi ba; năm tỉ năm nữa, biển sẽ tan ra cùng mặt trời; một đêm không thở, rồi hai rồi ba; tìm thấy sự bình yên; “ngươi đẹp hơn vào ban đêm, đại dương ơi, hãy trả lời ta, ngươi có muốn kết nghĩa anh em cùng ta không?”(Lautréamont); trôi trên mặt nước như một bông hoa súng; lướt sóng trên một hố rỗng không; nằm im bất động; phổi ống nước; linh hồn dưới dạng nước; biến mất vĩnh viễn; năm tỉ năm về trước là hư vô; năm tỉ năm về sau cũng sẽ là hư vô; con người chỉ là một sự tình cờ trong cái hư vô giữa các vì sao tinh tú; để ngừng chết thì chỉ cần ngừng sống; mất tiếp xúc; trở thành một tàu ngầm nguyên tử náu dưới lòng đại dương; bơi trên trời và trong lòng biển cả, giữa các thiên thần và các nàng tiên cá; tất cả đều đã kết thúc; bắt đầu là

Ngôn từ; người ta nói rằng, lúc chết, ta thường nhìn thấy cuộc đời mình diễn qua trước mắt, nhưng Patrick lại nhìn thấy cái khác: QUÁN CÀ PHÊ CARTE NOIRE DESIR TÔI ĐÃ MƠ VỀ NÓ SONY ĐÃ TẠO RA NÓ GAP MỌI NGƯỜI ĐỀU MẶC ĐỒ DA SCNF SỰ TIẾN BỘ CHỈ CÓ GIÁ TRỊ KHI NÓ ĐƯỢC TẤT CẢ MỌI NGƯỜI SỬ DỤNG FRANCE TELECOM HOAN NGHÊNH TRONG CUỘC ĐỜI COM EDF CHÚNG TÔI CHỊU ƠN CÁC BẠN HƠN CẢ ÁNH SÁNG RENAULT SCENIC ĐỪNG NHẦM LẪN VỚI XE HƠI ROCHE BOBOIS CUỘC SỐNG ĐÚNG NGHĨA BẮT ĐẦU TỪ NỘI THẤT NISSAN CHẾ TẠO TẠI CHẤT LƯỢNG ĐÍCH THỰC SOCIETE GENERALE KẾT HỢP TÀI NĂNG CHÚNG TA SFR THẾ GIỚI KHÔNG DÂY CREDIT CHÚNG TÔI NỢ CÁC BẠN MỘT NGÂN HÀNG MỚI CITROEN CÁC BẠN KHÔNG THỂ TƯỞNG TƯỢNG ĐƯỢC TẤT CẢ NHỮNG GÌ CITROEN CÓ THỂ LÀM CHO CÁC BẠN CARREFOUR VÌ CHÚNG TÔI ĐƯỢC XÂY DỰNG TỪNG NGÀY NESTLÉ SÔ-CÔ-LA THẬT TUYỆT BNP CHÚNG TA HÃY NÓI VỀ TƯƠNG LAI NOKIA CONNECTING PEOPLE NIVEA CÁCH TỐT NHẤT ĐƯỢC TRỞ THÀNH CHÍNH MÌNH ADECCO KHÔNG THAY ĐỔI THẾ GIỚI NHƯNG GÓP PHẦN VÀO SỰ ĐA DẠNG CỦA THẾ GIỚI L'ORÉAL VÌ TÔI XỨNG ĐÁNG VỚI ĐIỀU NÀY DAEWOO BAO NHIÊU LÀ ƯU THẾ MÀ CHẲNG HỀ CÓ MỘT YẾU THẾ NÀO CHARLES GERVAIS NÓ THÔ BỈ NHƯNG LÀ THẬT TUYỆT SELF TRADE NẾU NHƯ CHỨNG KHOÁN LÀM LỢI CHO TẤT CẢ THÌ CÓ LẼ TẤT CẢ CÁC BẠN CẦN TẶNG CHO MÌNH MỘT LẦN TRỊ LIỆU BẰNG THI NHẠC MENNEN DÀNH CHO CÁNH ĐÀN ÔNG CHÚNG TA ERICSSON HÃY TRUYỀN CẢM XÚC LA POSTE CHÚNG TA ĐỀU KIẾM ĐƯỢC LỢI Ở ĐẤY MONOPRIX TRONG THÀNH PHỐ CÓ CUỘC ĐỜI TROIS SUISES TÔI THẬT MAY MẮN ĐƯỢC LÀM PHỤ NỮ BATON DE BERGER ĐƯỢC RAO BÁN ĐÂY WILLIAMS NẾU NHƯ BẠN BIẾT QUÝ TRỌNG CUỘC ĐỜI NOBALPA CHÚNG TÔI CÓ MẶT Ở ĐÂY VÌ CHÍNH ĐIỀU ĐÓ NOUVELLE POLO CÓ THỂ CÁC BẠN SẼ CHẬT VẬT ĐỂ NHẬN RA NÓ SEGA NÓ

MẠNH HƠN CHÍNH BẠN ĐẤY BẠN NÊN CẨN THẬN KHI ĐI VÀO VÙNG ĐẤT ĐAI CỦA CAMPBELL MÀ CÓ HƠI MEN LẠM DỤNG RƯỢU LÀ NGUY HIỂM CHO SỨC KHỎE GILLETTE KHÔNG THỂ CÓ THỨ GÌ TỐT HƠN DÀNH CHO NAM GIỚI MICHELIN NHỮNG THÀNH TỰU TỐT ĐẸP NHẤT LÀ NHỮNG THÀNH TỰU BỀN NHẤT VISA PREMIER TRONG CUỘC SỐNG KHÔNG CHỈ CÓ TIỀN CANAL + KHI XEM CANAL + BẠN QUÊN MẤT RẰNG MÌNH ĐANG NGỒI TRƯỚC TI VI 306 HÃY SO SÁNH XE CỦA MÌNH VỚI MỘT CHIẾC 306 LE PARISIEN LOẠI BÁO TỐT NHẤT GALLERIES LAFAYETTE HÀNH TINH DỤC VỌNG BƯỚC VÀO ĐỜI BẠN GAZ DE FRANCE CƠ HỘI TUYỆT VỜI CHO CÁC BẠN CARROLL NGÀY NÀO TRỜI CŨNG ĐẸP ENJOY HƯỞNG THỤ COCA-COLA ĐỂ LÀM CHO CUỘC ĐỜI MÁT MẺ HOLLYWOOD CHEWING-GUM WORLD ON UNE FREEDOM OF MOVEMENT UNITED COLORS OF BENETTON BARILLA TẤT CẢ CHÚNG TA ĐỀU CÓ HƠI HƯỚNG CỦA NGƯỜI Ý RAPT CHÚNG TA CÙNG VƯỢT QUA MỘT ĐOẠN ĐƯỜNG TÉLÉ 2 DỪNG NÊN TIẾP TỤC GỌI ĐIỆN THOẠI VỚI GIÁ ĐẮT OENOBIOL TOÀN THÂN TÔI MƠ MỘT LÀN DA TRẺ HƠN IBM NHỮNG GIẢI PHÁP CHO MỘT HÀNH TINH BÉ NHỎ CLUB MED HÃY Ở ĐÓ VÀ CHỈ CÓ Ở ĐÓ PEUGEOT 206 ĐIỀU DUY NHẤT KHIẾN NCƯỜI TA XÚC ĐỘNG TRONG THỜI ĐẠI NÀY ADIDAS ĐÔI GIÀY DÀNH CHO BẠN TROPICANA THỨC TỈNH MONG ƯỚC CỦA BẠN HERMÈS 2000 NHỮNG BƯỚC ĐẦU TIÊN TRONG THẾ KỶ MỚI YOPLAIT THẬT TUYỆT KHI NÓ NGON AIR FRANCE HÃY CÙNG BAY VÀO BẦU TRỜI VÌ ĐÓ LÀ NƠI ĐẸP NHẤT GIVENCHY CÒN XA HƠN VÔ HẠN MỘT CHÚT RHÔNE POULENC HOAN NGHÊNH BẠN TRONG MỘT THẾ GIỚI ĐẸP HƠN.

CHÀO ĐÓN BẠN TRONG MỘT THẾ GIỚI ĐẸP HƠN.

Paris, 1997 – 2000.

---

[1] Thời thượng

[2] Đô đốc hải quân Đức thời Hitler

[3] Haute-étude Commerciale: Nhân viên thương mại

[4] Người hạ đẳng (tiếng Đức)

[5] Ngày dài nhất: Bộ phim về chiến tranh thế giới thứ hai

[6] "Nước Đức trên hết", "Một dân tộc. Một đế chế. Một lãnh tụ", "Lao động giải phóng con người" (Goebbel là bộ trưởng tuyên truyền của Hitler)

[7] Trong tiếng Pháp, động từ tiêu thụ (consommer) và tiêu hủy (Consumer) có âm giống nhau

[8] Thuyền mũi nhọn ở Vơ-ni-dơ (Ý). Ở đây tác giả có ý nói con thuyền này là các quầy nhiều ngăn để khách hàng chọn lựa.

[9] Madone trên hết

[10] Việc chiếu thử một bộ phim trước khi đưa ra chiếu rộng rãi trong công chúng

[11] Anh Cả không quan sát cậu mà đang thử cậu

[12] Đồ con lợn

[13] Nhân viên ý tưởng, viết lời quảng cáo

[14] Viết tắt của từ "Art Director" – giám đốc mỹ thuật

[15] Thần, ngôn từ, đạo (trong triết học) – tác giả chơi chữ

[16] Thần, ngôn, đạo

[17] Nhân vật trong bộ phim kinh dị cùng tên, khởi chiếu vào 1931 của đạo diễn James Whale.

[18] Nhân vật tội lỗi trong tiểu thuyết "Lolita" của V.Nabokov.

[19] Thấy rồi

[20] Nơi hiến sinh của người da đỏ

[21] Hãy liếm em cho tới khi em kêu gào lên.

[22] Rất đáng yêu

[23] Một dạng ái sida.

[24] Người làm cầu nối giữa hãng quảng cáo và các chuyên gia làm việc tự do, mua sản phẩm của họ về cho hãng.

[25] Con ốc sên

[26] Người Berbère ở Bắc Phi

[27] Cannibal Holocaust là phim kinh dị của thập niên 80, khi băng video VHS mới ra đời. Bộ phim có nhiều cảnh giết người với mới me rùng rợn. Tại một số nước bộ phim này bị cấm lưu hành.

[28] Ba thành phố nổi tiếng phồn vinh, sa hoa thời cổ đại.

[29] Giống chó nhỏ có xuất xứ từ Mêhicô.

[30] Các bạn đang chơi trò Vợ chồng tay ba à?

[31] bóng

[32] Double Income No Kid - hai thu nhập, không con

[33] Famille - gia đình: tác giả chơi chữ. Đây là từ ghép của

Fabrication Artificielle de Malheur lnterminable et de Longgue

Lymphatique Emollience, tạm dịch là Chế tạo Nhân tạo của

Tai họa Triền miên và của chứng suy nhũn lâu dài.

[34] Tác giả chơi chữ: trong tiếng Pháp, từ bagage có nghĩa là hành lý nhưng cũng có nghĩa là bằng cấp.

[35] Sơ tuyển

[36] Nhà văn Pháp chuyên viết tiểu thuyết và tự truyện. Người đẹp của Đức Chúa trời (1968) kể về những ngày lưu đày và bị săn đuổi của nhân vật chính, chàng trai Do thái Solal, ở Paris năm 1963, thời điểm mà làn sóng bài dân Do Thái đang dâng cao ở Châu Âu.

[37] Nhà gỗ một tầng có mái hiên

[38] Tên một bộ phim khiêu dâm cùng tên của Pháp